



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**ANÁLISIS TÉCNICO AUDIOVISUAL DEL PRIMER AÑO DEL
PROGRAMA INFORMATIVO INSTITUCIONAL DE NOTICIAS
ESPOCH TV.**

Trabajo de titulación presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORES: DANIEL FRANCISCO MAÑAY NARANJO

EDINSON FABIAN TIGSE PACHECO

TUTOR:

LIC. ÉDISON MARTÍNEZ ESPINOZA

Riobamba-Ecuador

2017

©**2017**, Daniel Francisco Mañay Naranjo, Edinson Fabian Tigse Pacheco

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMATICA Y ELECTRONICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de Investigación: “**ANÁLISIS TÉCNICO AUDIOVISUAL DEL PRIMER AÑO DEL PROGRAMA INFORMATIVO INSTITUCIONAL DE NOTICIAS ESPOCH TV**”, de responsabilidad de los señores Daniel Francisco Mañay Naranjo, Edinson Fabian Tigse Pacheco, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

Ing. Washington Luna

**DECANO DE LA FACULTAD DE
INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

Lcdo. Ramiro David Santos Poveda

**DIRECTOR DE LA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

Lcdo. Edison Martínez Espinoza

**DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN**

Lcdo. Héctor Aguilar Cajas

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Nosotros, Daniel Francisco Mañay Naranjo, Edinson Fabian Tigse Pacheco somos responsables de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del trabajo de Titulación pertenece a la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo.

DANIEL FRANCISCO MAÑAY NARANJO

EDINSON FABIAN TIGSE PACHECO

DEDICATORIA

A Dios por darme la fuerza para seguir adelante y todas las personas que creyeron en mí, a los familiares y amigos que me empujaron para alcanzar este objetivo, a mi padre Fausto Mañay por acompañarme siempre, a mi mejor amigo, mi hermano David por estar a mi lado y brindarme su apoyo en los momentos más importantes de mi vida.

A mi madre Bertha Naranjo Naranjo, por ser la luz de mi camino, mi apoyo incondicional en todo momento, por su amor y comprensión en los momentos más difíciles de mi vida y por ser la artífice de este y todos mis logros.

Al Lcdo. Agustín Cueva Villamarín, por ser el primero en creer en mí, quien me dio la oportunidad de incursionar en la vida laboral, por sus consejos y amistad desinteresada, por ser un gran ser humano y un excelente profesional.

Daniel Francisco Mañay Naranjo

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a cada uno de mis objetivos y metas planteadas en mi vida profesional y personal.

A mis padres, Marcelina Pacheco y Luis Tigse por darme la vida y ser el pilar fundamental en cada una de mis decisiones. Gracias por todos sus esfuerzos y por inculcarme valores y principios, los que han sido reflejados a lo largo de mi carrera profesional y personal.

Al resto de mi familia y amigos que con sus palabras de aliento me brindaron fuerzas para culminar con éxito un objetivo más.

Edinson Fabian Tigse Pacheco

AGRADECIMIENTO

Agradecido con Dios por cuidarme cada día y ser la luz en mi camino, por darme la fuerza para cumplir mis metas y objetivos.

A la Espoch por ser la institución que me acogió y forjo como profesional, así también a todos los docentes de la escuela de Diseño Gráfico que contribuyeron en mi formación académica.

Infinitamente agradecido, con todo el equipo humano de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, periodo noviembre 2014 a febrero 2016, Lcdo. Danilo Villarroel, Lcdo. Marcelo Jijón Paredes, Lcdo. Agustín Cueva Villamarín, Lcdo. Héctor Tenelema Morales, Lcdo. Carlos Cevallos Mazón, Lcdo. Víctor H. Cabezas, Ing. María Isabel Uvidia, Lcda. Vanesa Darquea Aldaz, Ing. Rafael Rivera Erazo, Lcdo. Manuel Nuñez Acosta, Ing. David Mañay Naranjo, Ing. Cristina Vásquez, Sr. David Narváez, Sr. Kenny Castelo Santos.

De manera especial a todos los expertos que contribuyeron en este trabajo de investigación, Lcdo. Cristian Orozco, Lcdo. Patricio Moyano, Lcdo. Oswaldo Guerra, Lcdo. Darwin Altamirano, Lcdo. Alex Colcha, Lcdo. Guillermo Zambrano, Lcdo. Julio Bravo, Lcda. Johana Parra, Lcdo. Claudio Lema, Lcda. Alejandra Avalos Espinoza, Lcdo. Iván Arregui y por su guía y amistad al Lcdo. Édison Martínez Espinoza.

Daniel Francisco Mañay Naranjo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a la cuna de mi formación académica profesional, la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Escuela de Diseño Gráfico, por ser la fuente de mis conocimientos adquiridos durante la trayectoria como estudiante hasta el día de hoy para alcanzar mi carrera profesional.

A mis padres Marcelina y Luis, por ser mi apoyo constante e incondicional, por sus consejos, amor, comprensión y por su apoyo con los recursos necesarios para estudiar la carrera y de la cual me siento orgulloso de haberla elegido.

Un agradecimiento especial a todos los que creyeron y no en mí, porque día a día me dieron las pautas para salir adelante con humildad, sencillez y responsabilidad para alcanzar mi meta de ser profesional y triunfar en cada aspecto de mi vida.

Edinson Fabian Tigse Pacheco

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
DERECHO DE AUTOR.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
TABLA DE CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xx
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
RESUMEN.....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1.	MARCO TEÓRICO	4
1.1.	Informativo ESPOCH TV	4
1.1.1.	<i>La Escuela Superior Politécnica De Chimborazo</i>	4
1.1.2.	<i>Estatuto Politécnico</i>	5
1.2.	Constitución de la república del Ecuador	5

1.2.1.	<i>Capítulo sexto/Tipos de propiedad /Artículo 321</i>	5
1.2.2.	<i>Capítulo sexto/Tipos de propiedad /Artículo 322</i>	5
1.3.	Ley Orgánica de Comunicación	6
1.3.1.	<i>Título IV/Regulación de contenidos/Artículo: 60</i>	6
1.3.2.	<i>Título IV/Regulación de contenidos/Artículo: 65</i>	6
1.3.3.	<i>Título V/Medios de comunicación social/Artículo: 70</i>	7
1.3.4.	<i>Título IV/Regulación de contenidos/Artículo: 80</i>	7
1.3.5.	<i>Sección VI/Producción Nacional/Artículo: 97</i>	7
1.3.6.	<i>Sección VI/Producción Nacional/Artículo: 100</i>	8
1.4.	Ley de propiedad intelectual	8
1.4.1.	<i>Título I/Del derecho de autor /Preceptos Generales/Artículo 7</i>	8
1.5.	Etapas técnico audiovisual de un noticiero televisado	9
1.5.1.	<i>Etapas de información y planificación</i>	9
1.5.2.	<i>Etapas de Diseño</i>	9
1.5.2.1.	<i>Preproducción</i>	9
1.5.2.2.	<i>Producción</i>	9
1.5.2.3.	<i>Postproducción</i>	10
1.6.	Estructura del manual de identidad corporativa	10
1.7.	La Producción de Programas	10
1.8.	El diseño y la confección de los programas	11
1.9.	Los informativos como buques insignias	12
1.10.	Los géneros televisivos	13
1.11.	La ética en la televisión	15
1.12.	La educación desde la televisión	16
1.13.	Las audiencias y los consumos de programas	16
1.14.	Etapas de un Programa de Noticias Televisado	18

1.14.1.	<i>Etapas de información y planificación</i>	18
1.14.2.	<i>Etapas de Diseño</i>	18
1.14.3.	<i>La Realización de los Programas Informativos</i>	19
1.14.3.1.	<i>El proceso de producción</i>	19
1.14.3.2.	<i>Preproducción</i>	20
1.14.3.3.	<i>Fase de registro</i>	22
1.14.3.4.	<i>Redacción y edición de las noticias</i>	22
1.14.3.5.	<i>Control de calidad</i>	22
1.14.3.6.	<i>Emisión</i>	23
1.15.	Estructura del manual de identidad visual corporativa	23
1.15.1.	<i>Introducción</i>	24
1.15.2.	<i>Bases de la identidad visual</i>	24
1.15.3.	<i>Aplicaciones gráficas</i>	24
1.15.4.	<i>Aplicaciones para gráficas</i>	24
1.15.5.	<i>Aplicaciones arquitectónicas y ambientales</i>	24
1.16.	Elementos del Lenguaje Audiovisual	25
1.16.1.	<i>Características</i>	25
1.16.2.	<i>Estructura</i>	25
1.16.3.	<i>Valores de plano</i>	25
1.16.4.	<i>Escala de planos</i>	25
1.16.5.	<i>Movimientos de cámara</i>	26
1.16.5.1.	<i>De desplazamiento</i>	26
1.16.5.2.	<i>De lente</i>	26
1.16.5.3.	<i>Ángulos de cámara</i>	26
1.16.6.	<i>Roles</i>	27
1.17.	El audio para la televisión	27

1.17.1.	<i>Las ondas de audio tienen cuatro características</i>	27
1.17.2.	<i>Registro de audio en la cámara de video</i>	28
1.17.3.	<i>Micrófonos</i>	28
1.18.	<i>La gráfica en televisión</i>	29
1.18.1.	<i>Las Gráficas en los Programas de televisión</i>	30
1.18.1.1.	<i>Colgada o Mosca</i>	30
1.18.1.2.	<i>Intros o Presentación</i>	30
1.18.1.3.	<i>Titulares</i>	30
1.18.1.4.	<i>Barra informativa o Scroll</i>	30
1.18.1.5.	<i>Overshoulder</i>	30
1.18.1.6.	<i>Infografías</i>	30
1.18.1.7.	<i>Still</i>	31
1.18.1.8.	<i>Duplex, Triplex</i>	31
1.18.1.9.	<i>Cortinas</i>	31
1.18.1.10.	<i>Separadoras o Transiciones</i>	31
1.18.1.11.	<i>Cierre</i>	31
1.18.1.12.	<i>Cierre y créditos finales</i>	31

CAPÍTULO II

2.	<i>MARCO METODOLÓGICO</i>	33
2.1.	<i>Tipo de Investigación</i>	33
2.1.1.	<i>Investigación de campo</i>	33
2.2.	<i>Diseño de la Investigación</i>	33
2.2.1.	<i>Métodos</i>	33
2.2.1.1.	<i>Método Comparativo</i>	33

2.2.2.	<i>Técnicas</i>	34
2.2.2.1.	<i>Técnica de Observación</i>	34
2.2.2.2.	<i>Encuesta y entrevista</i>	34
2.2.3.	<i>Instrumentos de recolección de datos</i>	34
2.2.3.1.	<i>Google formularios</i>	34
2.2.4.	<i>Tipos de Variables</i>	34
2.2.4.1.	<i>Enfoque Cualitativo</i>	35
2.2.5.	<i>Población y muestra</i>	35
2.2.5.1.	<i>Población</i>	35
2.2.5.1.1.	<i>Muestreo casual o incidental</i>	35
2.2.	<i>Parámetros de análisis</i>	36
2.2.1.	<i>Aspectos a analizar</i>	37
2.3.	<i>Análisis (Interpretación)</i>	43
2.3.1.	<i>Aspecto Legal</i>	43
2.3.1.1	<i>Registro de propiedad intelectual</i>	43
2.3.1.2.	<i>Clasificación de los contenidos.</i>	43
2.3.1.3.	<i>Programación de contenido nacional independiente.</i>	44
2.3.1.4.	<i>Protección a menores</i>	45
2.3.2.	<i>Aspecto técnico</i>	46
2.3.2.1.	<i>Preproducción</i>	46
2.3.2.1.1.	<i>Planificación</i>	46
2.3.2.1.2.	<i>Cobertura de noticias</i>	47
2.3.2.1.3.	<i>Redacción y Guiones</i>	47
2.3.2.2.	<i>Producción</i>	48
2.3.2.2.1.	<i>Dirección de equipo humano</i>	48
2.3.2.2.2.	<i>Manipulación de equipos</i>	49

2.3.2.2.3.	Aparición a cuadro	55
2.3.2.3.	<i>Postproducción</i>	57
2.3.2.3.1.	Edición de audio	57
2.3.2.3.2.	Edición de video	58
2.3.2.3.3.	Gráfica en pantalla	60
2.3.2.3.4.	Exportación y conversión audiovisual	66
2.3.2.3.5.	Distribución de contenido	66
2.3.3.	<i>Contenidos</i>	66
2.3.3.1.	<i>Credibilidad de la información</i>	66
2.3.3.2.	<i>Calidad de la información</i>	67
2.3.3.3.	<i>Mensaje e imagen proyectada</i>	67
2.3.3.4.	<i>Interés Público</i>	69
2.3.3.5.	<i>Estructura del programa de noticias</i>	77

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS	79
3.1.	Manual técnico audiovisual para un programa informativo	79
3.1.1.	<i>Aspecto legal</i>	79
3.1.1.1.	<i>Registro de propiedad intelectual</i>	79
3.1.1.2.	<i>Clasificación de los contenidos</i>	80
3.1.1.3.	<i>Programación de contenido nacional independiente</i>	80
3.1.1.4.	<i>Protección a menores</i>	80
3.1.2.	<i>Aspecto técnico</i>	81
3.1.2.1.	<i>Preproducción</i>	81
3.1.2.1.1.	<i>Planificación</i>	81

3.1.2.1.2.	Estructura.....	85
3.1.2.1.3.	Cobertura de noticias	93
3.1.2.1.4.	Redacción y guiones	94
3.1.2.2.	<i>Producción</i>	95
3.1.2.2.1.	Dirección de equipo humano	95
3.1.2.2.2.	Manipulación de equipos	97
3.1.2.2.3.	Aparición a cuadro	99
3.1.2.3.	<i>Postproducción</i>	101
3.1.2.3.1.	Edición de audio	101
3.1.2.3.2.	Edición de video	101
3.1.2.3.3.	Gráfica en pantalla	105
3.1.2.3.4.	<i>Exportación y conversión audiovisual</i>	111
3.1.2.3.5.	<i>Distribución del contenido</i>	113
3.1.3.	<i>Contenidos</i>	113
3.1.3.1.	<i>Credibilidad de la información</i>	113
3.1.3.2.	<i>Calidad de la información</i>	114
3.1.3.3.	<i>Mensaje e imagen proyectada</i>	114
3.1.3.4.	<i>Interés público</i>	115
3.1.3.5.	<i>Estructura del programa de noticias</i>	115
3.2.	Validación de la Hipótesis	117
3.2.1.	<i>Planteamiento del problema</i>	117
3.2.2.	<i>Objetivos</i>	117
3.2.3.	<i>Perfil de los expertos consultados</i>	118
3.2.4.	<i>Elaboración de la primera encuesta</i>	119
3.2.5.	<i>Consenso de resultados</i>	122
3.2.6.	<i>Elaboración de la segunda encuesta</i>	123

3.2.7.	<i>Consenso de resultados</i>	123
3.2.8.	<i>Resultado final</i>	124
3.3.	Resultado de la hipótesis	163
CONCLUSIONES		164
RECOMENDACIONES		165
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2	Cronograma de encuestas.....	35
Tabla 2-2	Aspecto legal	36
Tabla 3-2	Aspecto técnico.....	36
Tabla 4-2	Contenidos	37
Tabla 5-2	Características a analizar.....	37
Tabla 6-2	Análisis comparativo programas de noticias Epoch tv	38
Tabla 7-2	Duración por emisiones	46
Tabla 8-2	Estructura del programa Epoch tv	78
Tabla 1-3	Estructura técnico audiovisual	86
Tabla 2-3	Formato plan de rodaje	90
Tabla 3-3	Cuadro de presupuestos	91
Tabla 4-3	Formatos de video.....	112
Tabla 5-3	Modelo de estructura de un programa informativo	116
Tabla 6-3	Expertos consultados	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1	El proceso de producción.....	19
Figura 2-1	Etapas de preproducción.....	20
Figura 3-1	Envíos vía satélite y noticias de agencia	20
Figura 4-1	Equipos y personal de cámara.....	21
Figura 1-2	Captura programa N°19 Espoch tv, clasificación I	43
Figura 2-2	Set de grabación programa Espoch tv	44
Figura 3-2	ESPOCH TV programa N°11, ley de protección de menores	45
Figura 4-2	ESPOCH TV programa N°6, jardín de infantes Pecuaritos.....	45
Figura 5-2	ESPOCH TV programa N°6, Entrevista Lic. Santiago Trujillo	50
Figura 6-2	ESPOCH TV programa N°21, Entrevista Ing. Lorenzo Enríquez.....	51
Figura 7-2	ESPOCH TV programa N°13, Presentadora Espoch tv	51
Figura 8-2	ESPOCH TV programa N°6, laboratorio de audiovisual EDG	52
Figura 9-2	ESPOCH TV programa N°9, Presentadora Espoch tv, sin lab. audiovisual.....	52
Figura 10-2	ESPOCH TV programa N°19, Entrevista Ing. Luis Hidalgo	53
Figura 11-2	ESPOCH TV programa N°5, oferta académica Espoch en Quito	54
Figura 12-2	Equipo de producción Espoch tv, registrando voz en off	54
Figura 13-2	Gráfica promocional expectativa, programa N°16 Espoch tv.....	60
Figura 14-2	Cartelera de aviso, programa N°19 Espoch tv	61
Figura 15-2	Parte 1, intro Espoch tv	62
Figura 16-2	Parte 2, intro Espoch tv	62
Figura 17-2	ESPOCH TV, Programa 16, Scroll.....	63
Figura 18-2	ESPOCH TV, Programa 19, Presentación de segmento.....	64
Figura 19-2	ESPOCH TV, Programa 8, Cortina	65

Figura 20-2	ESPOCH TV, Programa 8, Créditos finales	65
Figura 21-2	ESPOCH TV, Programa #9, barra informativa redes sociales	68
Figura 22-2	ESPOCH TV, Programa #21, cambio de barra informativa	68
Figura 23-2	ESPOCH TV, Programa #3, barra informativa para entrevistados.....	69
Figura 24-2	ESPOCH TV Programa #8, transformación de la barra informativa.....	69
Figura 1-3	Carteleras	107
Figura 2-3	Barra informativa o scroll	107
Figura 3-3	Colgada o mosca.....	108
Figura 4-3	Titulares	108
Figura 5-3	Over shoulder	108
Figura 6-3	Infografía	109
Figura 7-3	Still	109
Figura 8-3	Duplex o triplex	110
Figura 9-3	Cortinas.....	110
Figura 10-3	Créditos finales	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2	Cuadro estadístico de calificación por emisión.	40
Gráfico 2-2	Cuadro comparativo de los aspectos analizados.....	41
Gráfico 3-2	Cuadro estadístico de la duración de las emisiones de ESPOCH TV	42
Gráfico 4-2	Resultado de la pregunta 1	70
Gráfico 5-2	Resultado de la pregunta 2	71
Gráfico 6-2	Resultado de la pregunta 3	71
Gráfico 7-2	Resultado de la pregunta 4	72
Gráfico 8-2	Resultado de la pregunta 5	73
Gráfico 9-2	Resultado de la pregunta 6	74
Gráfico 10-2	Resultado de la pregunta 7	74
Gráfico 11-2	Resultado de la pregunta 8	75
Gráfico 12-2	Resultado de la pregunta 9	76
Gráfico 13-2	Resultado de la pregunta 10	76
Gráfico 14-2	Resultado de la pregunta 11	77
Gráfico 15-2	Resultado de la pregunta 12	77

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo A.* Estatuto Politécnico, artículo 1.
- Anexo B.* Constitución de la república del ecuador, artículo 321.
- Anexo C.* Constitución de la república del ecuador, artículo 322.
- Anexo D.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 60.
- Anexo E.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 65.
- Anexo F.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 70.
- Anexo G.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 80.
- Anexo H.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 97.
- Anexo I.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 100.
- Anexo J.* Reglamento general a la Ley Orgánica de comunicación, artículo 63.
- Anexo K.* Ley de propiedad intelectual, artículo 7.
- Anexo L.* Reglamento general a la Ley Orgánica de comunicación, artículo 17.
- Anexo M.* Reglamento general a la Ley Orgánica de comunicación, artículo 68.
- Anexo N.* Reglamento general a la Ley Orgánica de comunicación, artículo 69.
- Anexo O.* Ley Orgánica de Comunicación, artículo 42.

RESUMEN

El objetivo fue investigar de manera técnico audiovisual el programa informativo Espoch tv, para que la identidad gráfica de la institución se identifique con la comunidad Politécnica, se realizó una recolección de datos sobre las etapas para la realización de programas informativos en televisión mediante una investigación de campo, en base a esto se obtuvieron diferentes parámetros para el análisis técnico audiovisual del programa Espoch tv, estos aspectos divididos en: legal y dentro de este, registro de propiedad intelectual, clasificación de los contenidos, programación de contenido nacional independiente, protección a menores, en el aspecto técnico los elementos pre producción, producción y post producción y; en el aspecto de contenidos: credibilidad de la información, calidad de la información, mensaje e imagen proyectada, interés público y estructura de un programa de noticias. Luego del análisis se realizó una encuesta mediante el método casual o incidental para determinar la muestra, con la cual no se obtuvieron resultados consistentes, debido a esto se determinó realizar un manual técnico audiovisual para un programa informativo el cual servirá como guía a profesionales para su realización, el mismo que fue validado mediante el método Delphi de expertos. Mediante el uso de este manual técnico audiovisual se espera que la identidad gráfica de la escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) se identifique con su comunidad, de igual forma se recomienda la utilización este manual para la realización de cualquier otro tipo de programa informativo.

PALABRAS CLAVE: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA INGENIERÍA>, <DISEÑO GRÁFICO>, <MANUAL TÉCNICO AUDIOVISUAL>, <PROGRAMA INFORMATIVO>, <GRÁFICA EN PANTALLA>, <MEDIOS DE COMUNICACIÓN>, <PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL>, <ASPECTO TÉCNICO LEGAL DE UN PROGRAMA>.

ABSTRACT

The main purpose of this study was to analyze in an audiovisual technical way the information program ESPOCH TV. In order that the graphic identity of the institution identifies appropriately with the polytechnic community, a data collection of the stages for the production of news programs was carried out by means of a field research. These findings made possible to set different parameters for the technical audiovisual analysis of the ESPOCH TV program. These parameters include the following aspects: First, the legal aspect, which in turn includes intellectual property registration, classification of contents, independent national content programming and protection to under age audience. Second, the technical aspect involving the elements of pre-production, production and post-production. Third, the aspect of contents; involving both, credibility and quality of information, message and projected image, public interest, and structure of a news program. After this analysis, the sample was determined by carrying out a survey by means of the casual or incidental method whose outcomes were not consistent. For this reason, it was determined to develop an audiovisual technical manual for an information program, which was validated by the Delphi method of experts. This manual will serve as a guide for professionals conducting this type of programs. By the implementation of this audiovisual technical manual, it is expected that the graphic identity of the Higher Polytechnic School of Chimborazo (ESPOCH) be identified with its community, likewise, it is recommended to use this manual for any other type of news program.

KEY WORDS: <TECHNOLOGY AND ENGINEERING SCIENCES>, <GRAPHIC DESIGN>, <AUDIOVISUAL TECHNICAL MANUAL>, < INFORMATION PROGRAM>, < SCREENING GRAPHIC>, < MEDIA>, <AUDIOVISUAL PRODUCTION>, <LEGAL TECHNICAL ASPECT OF A PROGRAM>.

INTRODUCCIÓN

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por medio de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas se vio la necesidad de informar a la comunidad politécnica que entre estudiantes, docentes, empleados, trabajadores y autoridades suman aproximadamente 25.000 personas, sobre todas las actividades del acontecer politécnico.

De esta manera se produjo durante el año 2015 el programa institucional de noticias ESPOCH TV siendo este transmitido en las cadenas TVS (canal 13) y ECUAVISIÓN (canal 29) de la ciudad de Riobamba, una vez cada 15 días llegando a una emisión total de veinte y dos programas a lo largo del año 2015 los cuales tenían una duración que oscilaba entre veinte y seis y treinta y cinco minutos. La emisión quincenal del programa constaba de los principales acontecimientos sucedidos en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en los ámbitos académico, administrativo, deportivo y social.

En las universidades es común que se elaboren noticieros estudiantiles cuya finalidad es informar sobre las actividades que se llevan a cabo en los campus. Estos noticieros son generalmente producidos en conjunto por profesores y estudiantes de carreras acordes a la comunicación visual con el fin de informar a los estudiantes y comunidad universitaria en general, todos los acontecimientos suscitados en la institución.

- La Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- La Universidad Técnica Particular de Loja
- La Universidad de los hemisferios, entre otras posee noticieros de este estilo.

Se realizó una previa investigación y no se ha encontrado en el manual de identidad corporativa una normativa para el tratamiento de su imagen en televisión.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Realizar una investigación técnica audiovisual del programa informativo ESPOCH TV.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar la imagen técnico audiovisual que genera el programa institucional.
- Determinar la imagen visual que proyecta el informativo ESPOCH TV
- Determinar cuál es el impacto que generó el programa en la comunidad Politécnica.

HIPÓTESIS

La correcta aplicación de una estructura técnico audiovisual ayudará, a que la identidad gráfica de la institución se identifique con la comunidad Politécnica.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Informativo ESPOCH TV

1.1.1. *La Escuela Superior Politécnica De Chimborazo*

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ubicada en la ciudad de Riobamba en la provincia de Chimborazo con 43 años de experiencia formando profesionales de éxito a través de sus 23 escuelas divididas en 7 facultades las cuales son Mecánica, Administración de Empresas, Ciencias, Ciencias Pecuarias, Recursos Naturales, Informática y Electrónica y Salud Pública. Con alrededor de 16.900 estudiantes en su matriz y casi 20.000 contando el total del alumnado en el año 2015 de las 24 provincias del país.

La ESPOCH posee dos extensiones educativas en las provincias de Morona Santiago y Macas llamadas por mismo nombre que su provincia, las cuales colaboran a formar profesionales de alto nivel. Así también y en aras de la investigación la institución educativa tiene 5 estaciones experimentales: Tunshi, Aña Moyocancha, Pastaza, Rio Negro, Fátima; las cuales son parte de la productividad, así como de la investigación.

El programa ESPOCH TV, estuvo a cargo de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, su idea original realizada por el Lic. Danilo Villarroel quien cumplió el cargo de director de comunicación y director del programa informativo, posteriormente también ejercieron el mismo cargo el Lic. Klever Arroba, Lic. Marcelo Jijón Paredes y el Lic. Agustín Cueva Villamarín.

También formaron parte del equipo de producción el Lic. Héctor Tenelema Morales, Lic. Carlos Cevallos Mazón, Lic. Víctor Cabezas, Lic. Édison Martínez Espinoza, Ing. María Isabel Uvidia Fasler, Lic. Vanesa Darquea Aldaz, Ing. Rafael Rivera, Ing. David Mañay Naranjo, Ing. Cristina Vásquez, Ing. Aldo Vargas, Sr. Daniel Mañay Naranjo, Sr. David Narváez, Sr. Kenny Castelo Santos.

1.1.2. Estatuto Politécnico

En el año de 1973 se establece los símbolos institucionales de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo los cuales son:

- La bandera, conformada por tres franjas horizontales iguales con los colores rojo, blanco y verde
- El escudo encerrado de dos círculos cuyos bordes son rojo y verde; y
- El himno,
- Su mascota representativa es la figura de un camélido sudamericano (Llama)

Basados en el acrónimo (ESPOCH) y en la cromática establecida, en el artículo primero del vigente Estatuto Politécnico, en el año de 2015 se crea el naming e isologo para el programa ESPOCH TV el cual sirve como identificador gráfico en el programa informativo institucional de noticias de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. (ESPOCH, 2017, p 01). Ver Anexo A.

1.2. Constitución de la República del Ecuador

1.2.1. Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección segunda

Tipos de propiedad

Artículo: 321

La república del Ecuador otorga a las entidades públicas y privadas la responsabilidad del derecho a la propiedad intelectual de los productos y servicios generados por dichas instituciones. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2015, p151). Ver Anexo B.

1.2.2. Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección segunda

Tipos de propiedad

Artículo: 322

El estado ecuatoriano no permite el uso y comercialización de productos y servicios de propiedad intelectual ya sean estos en área de ciencia, tecnología y saberes ancestrales. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2015, p151). Ver Anexo C.

1.3. Ley Orgánica de Comunicación

1.3.1. Título IV

Regulación de contenidos

Artículo: 60

Todos los medios de comunicación, tanto audiovisuales como de radiodifusión desde Junio de 2013 a partir de la publicación de la Ley Orgánica de Comunicación están en la obligación de clasificar todos los contenidos de la programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos, los cuales estarán monitoreados diariamente siendo la siguiente categorización: “Informativos -I; De opinión-O; Formativos / educativos/ culturales -F; Entretenimiento -E; Deportivos -D; y, Publicitarios -P.” (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 11,12). Ver Anexo D.

1.3.2. Título IV

Regulación de contenidos

Artículo: 65

Por medio de la ley de comunicación también se establece tres divisiones en el horario de transmisión de contenidos para medios de comunicación tanto audiovisuales como de radiodifusión incluyendo televisión pagada, medios locales, publicidad comercial y mensajes estatales los cuales serán responsabilidad intrínseca de cada medio emisor, siendo los siguientes:

- Familiar: Clasificación “A” desde las 06h00 a las 18h00, Apta para todo público.
- Responsabilidad compartida: Clasificación “A” y “B”, desde las 18h00 a las 22h00, Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta.
- Adultos: Se podrá difundir clasificación “A”, “B” y “C”, desde las 22h00 a las 06h00, Apta solo para personas adultas, mayores de 18 años.

(LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 12,13). Ver Anexo E.

1.3.3. Título V

Medios de comunicación social

Artículo: 70

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, siendo una entidad de Educación Superior no califica como medio de comunicación, sin embargo, mediante la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, se crea productos para los medios de comunicación como: notas de prensa, publicaciones radiales y productos audiovisuales los cuales serán transmitidos en televisión, radio y prensa escrita.

Basados en el art. 70 las publicaciones de la institución se clasifican como medios públicos.

Ver Anexo F. (medios de comunicación).

1.3.4. Título IV

Regulación de contenidos

Artículo: 80

Entre los objetivos de las entidades estatales que practican la comunicación se encuentran: el de promover la PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS NACIONALES, así como los de implementar contenidos para la promoción de actividades productivas del país, ofreciendo espacios educativos, culturales, de recreación y entretenimientos que contribuyan con la sociedad para la mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

También están en el derecho de defender la igualdad de género, la interculturalidad, la libertad de expresión y el libre intercambio de información sin ninguna restricción de raza, etnia o credo facilitando un debate democrático, respetando los derechos humanos atendiendo a los grupos de atención prioritaria, así como también a la flora y fauna Nacional. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 15). Ver Anexo G.

1.3.5. Sección VI

Producción nacional

Artículo: 97

A partir de la inclusión de la Ley de comunicación en el registro oficial es estado Ecuatoriano fomentara la producción audiovisual en el país en un mínimo del 60% en sus transmisiones diarias

de 06h00 a 18h00 siendo de este al menos un 10% de producción Ecuatoriana independiente, exceptuando el tiempo dedicado a los servicios de tele venta o publicidad.

La producción audiovisual nacional es supervisada por la (SUPERCOM) para su regulación, así como los productores de estos deberán ser acreditados por la autoridad competente. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 17). Ver Anexo H.

1.3.6. Sección VI

Producción nacional

Artículo: 100

Para que sea considerada producción nacional, las personas que intervengan en la elaboración de dicho contenido audiovisual deben sumar un mínimo de 80%, ecuatorianos o extranjeros legalmente residentes en el país. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 18.) Ver Anexo I.

1.3.7. Reglamento general a la Ley Orgánica de Comunicación

Capítulo V

Publicidad

Artículo 63

En publicidad, así como en todo medio de difusión audiovisual, se prohíbe específicamente la participación de personas menores de 16 años, sin que los mencionados consten del respectivo permiso de su tutor o quien esté a cargo de la patria potestad de mismo.

(REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 21.) Ver Anexo J.

1.4. Ley de propiedad intelectual

1.4.1. Título I

De los derechos de autor y derechos conexos

Capítulo I

Del derecho de autor

Preceptos generales

Artículo 7

Se cataloga como obra audiovisual a toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga.

Por lo tanto, el programa de noticias ESPOCH TV se acoge a la Ley de propiedad intelectual. (Sice, 2017) Ver Anexo K.

1.5. Etapas técnico audiovisual de un noticiero televisado

1.5.1. Etapa de información y planificación

Comprende todos los criterios de base que han de orientar el diseño del plan.

Es un pre-proyecto de planificación que es contrastado con los datos reales que se obtiene a lo largo de la investigación, cobertura de las noticias y planificación.

1.5.2. Etapa de diseño

Se inicia con la etapa de Preproducción, Producción, Edición y Postproducción.

1.5.2.1. Preproducción

- Recopilación y redacción de noticias
- Guión literario
- Guión técnico
- Plan de rodaje
- Informe de preproducción

1.5.2.2. Producción

- Informe de producción
- Grabación
 - Dirección del equipo humano de la producción
 - Operación de cámara
 - Aparición a cuadro

1.5.2.3. Postproducción

- Edición
 - Edición de video
 - Edición de audio
- Revisión de edición
- Exportación y conversión del video
 - Formatos
- Distribución del video
 - Plataformas.

1.6. Estructura del manual de identidad corporativa

- Introducción
- Información de la institución
- Objetivos del manual
- Bases de identidad visual
 - Logo
- Aplicaciones gráficas
 - Uniformes, vehículos, roll ups, souvenirs.
- Aplicaciones arquitectónicas y ambientales.
 - Set de grabación, señalética.
- Aplicaciones audiovisuales

(Cevallos, 2009,)

1.7. La producción de programas

En estos últimos tres años, la producción de programas en el sector audiovisual está superando la última fase de su plena digitalización. En realidad, la producción fue siempre el sector pionero de la digitalización de señales de audio y de vídeo, al encontrarse liberada esta actividad del uso del espectro radioeléctrico como recurso natural limitado, y de los períodos de amortización de normas que afectan al Sector Público, como ocurre a las transmisiones vía satélite, cable y terrestre. (Frutos, 2009, p8)

Es en el sector de la Producción de Programas donde se encuentra los primeros intentos de digitalización de señales, que culminaron en 1983 con la adopción de una norma internacional de producción, la famosa CCIR 601, popularmente conocida como 4:2:2, cuyos frutos se han ido recogiendo a lo largo de la década de los 90. (Frutos, 2009, p8)

Como es bien conocido, en la década de los 80, la ingeniería de equipos de producción se lanzó en primer lugar a resolver los problemas pendientes para los que la televisión analógica no tenía respuesta, como eran estabilizar la lectura de los magnetoscopios (TBC), la conversión de normas entre los conocidos sistemas PAL/NTSC y SECAM, y la inauguración del mundo de los efectos especiales. (Frutos, 2009, p9)

El problema básico con el que se enfrenta todavía el vídeo digital es reducir el flujo binario (número de bites de información) a valores lo suficientemente bajos que permitan el uso de soportes, de máquinas y de equipos sencillos y de acomodado precio para los diferentes planteamientos de programas en la producción audiovisual. (Frutos, 2009, p9)

Un tratamiento inteligente de la información del brillo y del color, de acuerdo con las exigencias y características del ojo humano, constituye el primer gran paso para esta reducción. Se trata de una reducción que, partiendo de flujos enormemente elevados, puedan ser bajados drásticamente a valores manejables sin pérdida de la calidad subjetiva de la imagen. La segunda fuente de reducción de este enorme flujo es la eliminación de la redundancia espacial y temporal de la imagen. (Frutos, 2009, p9)

Nunca, en el medio televisivo, ha tenido una tecnología tan espectacular como la compresión digital. Sus fructíferos resultados han sido muy bien usados en el callado sector de la producción, mientras que en las transmisiones ha revolucionado al propio espectro radioeléctrico, ha multiplicado su capacidad de forma espectacular e inaugurado nuevos negocios y formas de hacer televisión a través de las plataformas digitales, la televisión temática y los servicios interactivos. (Frutos, 2009, p9)

1.8. El diseño y la confección de los programas

En cuanto a la programación televisiva, ésta va unida a cada cultura y a los hábitos sociales que en ella se generan. A la hora de programar, es importantísimo planificar, pensar en la audiencia y en la franja horaria, en los objetivos, en los puntos de vista de aquéllos que están frente a la tele. Hay que

formar y entretener. El programador debe colocar los programas según una cierta secuencia en la parrilla semanal o mensual de una emisora. (Frutos, 2009, p10)

De esta manera, lo más importante es saber diseñar la parrilla, si bien son muchos los que consideran que la programación es una técnica que se apoya en la investigación que realizan sobre los comportamientos de la audiencia. (Frutos, 2009, p10)

El trabajo de programación presenta 3 facetas:

- De planificación, para fijar la visión general de la emisora.
- De marketing, encargada de definir el punto de vista de los anunciantes.
- De confección de la parrilla y estudio pertinente de los resultados.

1.9. Los informativos como buques insignias

La importancia de los informativos es evidente. Antes de un informativo es necesaria la reunión de todos los responsables del área y el editor para la planificación del mismo. En televisión, el orden viene preestablecido: no existe, como ocurre en el periódico, la posibilidad de que el espectador establezca el ritmo. Muchas veces se preocupa de redactar una buena noticia, crónica, etc., pero también es importante cuidar las imágenes, saber informar con las imágenes. (Frutos, 2009, p10)

El lema " informar, educar y entretener " ha estado ligado estrechamente al funcionamiento de los distintos sistemas de radio y televisión desde los orígenes de ambos medios. A lo largo de su desarrollo, la televisión ha ganado terreno a los otros medios informativos -como la prensa escrita y la radio- y, en muchas sociedades, se convierte en la principal fuente diaria de información. (Frutos, 2009, p10, 11)

Hoy es imposible concebir una emisora en abierto o incluso una plataforma de televisión por satélite o por cable sin programas informativos, no sólo porque así lo quieren las legislaciones que establecen los Gobiernos, sean del signo político que sean, sino también porque estos programas tienen una gran demanda entre las audiencias de todo el mundo. (Frutos, 2009, p11)

Los programas informativos juegan un papel principal dentro de la compleja actividad de una cadena de televisión. Son muchas las emisoras que los consideran como la columna vertebral de su programación. En la gran mayoría de los casos, el prestigio de la misma se ve reforzado por la

credibilidad de sus informativos, además de por la cantidad de telespectadores que puedan reunir. (Frutos, 2009, p11)

Por ello, a la hora de elaborar la parrilla de programas, las televisiones generalistas ponen especial cuidado en encontrar el equilibrio entre los contenidos de ficción (películas, series, telenovelas, etc.) y los contenidos periodísticos, confeccionados a partir de sucesos reales. (Frutos, 2009, p11)

Dentro de los diferentes formatos periodísticos que conforman la programación de una emisora, los telediarios, como denominación genérica de los informativos televisivos, se destacan como el formato establecido de mayor éxito. (Frutos, 2009, p11)

Por último, se señala la utilización del medio televisivo que realizan las Administraciones a la hora de informar y de prevenir a la población, a través de campañas del llamado " interés público ", así como la importancia de la información regional y local, a cargo de emisoras de cobertura territorialmente limitada o de los centros territoriales de las televisiones nacionales. (Frutos, 2009, p11, 12)

1.10. Los géneros televisivos

Se puede afirmar que todos los géneros se engloban en una de estas dos categorías: ficción y realidad. De entre los géneros que componen la parrilla de cualquier cadena de televisión, sin duda alguna la ficción, en todas sus modalidades, es la que más horas de programación abarca. Aunque de presencia variable según la franja horaria o el día de la semana, lo cierto es que en el cómputo semanal de cualquier temporada se puede estimar que existe entre un 30% y un 35% de dicho género en la oferta televisiva. (Frutos, 2009, p12)

El producto de ficción, salvo contadísimas excepciones, es un producto que se denomina entre los profesionales como " enlatado ", es decir, el producto no se ofrece en directo, sino que es previamente grabado (vídeo) o rodado (cine) y archivado. Se puede distinguir las ficciones televisivas entre series, películas, telefilmes (también conocidos como TV movies) y telenovelas. En casi todas sus variantes, salvo la emisión de películas de cine y telefilmes, se trata de un producto seriado, en episodios, lo que permite rentabilizar y abaratar los costes de producción. (Frutos, 2009, p12)

De Estados Unidos procede la mayor parte de la ficción que se consume en las cadenas televisivas en nuestro país. Podríamos establecer una proporción de:

- 55% de producción norteamericana.
- 25% de producción propia.
- 7% de producción europea.
- 13% de producción del resto del mundo básicamente, telenovelas latinoamericanas y dibujos animados de origen japonés.

A mediados de los años 90 del siglo XX, según Frutos, (2009, p12, 13), se produce un boom del producto nacional y se estrenaron, en los horarios de máxima audiencia, un gran número de series de producción propia, en el lugar privilegiado que comparten con los largometrajes de éxito. Sin embargo, una parrilla televisiva posee muchas franjas, además de la nocturna:

- Una matinal, dominada por dibujos animados y comedias de situación;
- Una vespertina, en la que predominan las telenovelas;
- Una de madrugada, en la que prevalecen los largometrajes y las repeticiones de todo tipo de ficciones.

De acuerdo con Frutos, (2009, p13, 14), centrarse más en la información, los géneros televisivos son los mismos que los géneros periodísticos en general, si bien se destacan los telediarios como género informativo por excelencia en la televisión, y es el formato que menos ha cambiado en 50 años de vida. El boletín informativo es un flash que suele informar de "qué" y "dónde", dejando los interrogantes restantes para el telediario. Todo ello en lo concerniente a los informativos diarios. Respecto a los informativos no diarios, destacan:

- Programas de información general, que suelen ser reportajes.
- Programas culturales, crónicos, entrevistas.
- Programas de entrevistas.
- Programas de debate.

También hay que subrayar la existencia de informativos especiales que cubren acontecimientos inusuales, tanto previsibles (elecciones generales,) como no previsibles (catástrofes,).

1.11. La ética en la televisión

En los últimos tiempos se asiste, de una forma gradual pero cada vez más acusada, especialmente en medios audiovisuales que incorporan en su parrilla de programación espacios de corte sensacionalista, a una pérdida progresiva de los principios éticos que conforman el núcleo mismo de la llamada Sociedad de la Información, en aras de otros intereses más bien alejados de la Deontología Profesional, como pueden ser la obtención de unos mayores índices de audiencia y, por ende, un mayor beneficio económico. Así, en palabras de Victoria Camps: "La responsabilidad y la autonomía éticas se difuminan fácilmente cuando otros imperativos se muestran como dominantes. El principal, el económico". (Frutos, 2009, p14)

De este modo, principios éticos básicos como pueden ser el difundir únicamente informaciones fundamentadas, evitando o impidiendo en cualquier caso afirmaciones o datos imprecisos y sin base suficiente que puedan lesionar o menospreciar la dignidad de las personas y provocar un daño o descrédito injustificados, o incluso la observancia de una clara distinción entre hechos (noticias) y opiniones o interpretaciones. (Frutos, 2009, p14)

Evitando toda confusión o distorsión deliberada de ambas cosas, así como la difusión de conjeturas y rumores, son objeto de trasgresión, principalmente en el ámbito de referencia antes aludido, si bien hay que decir que la observancia, más bien rigurosa, por el resto de medios que componen la Sociedad de la Información es modélica, especialmente en el caso de la prensa escrita, que siempre ha gozado de un mayor prestigio. (Frutos, 2009, p14, 15)

Por lo tanto, la base ética de cualquier medio de comunicación social no es otra que el respeto, fundamentalmente, al principio de veracidad, entendiendo éste como la constatación diligente de la realidad de lo informado. Es cierto que los límites entre el derecho a la comunicación y la libertad de expresión frente al derecho al honor, la intimidad personal y la propia imagen son difusos: la doctrina y la jurisprudencia son las que vienen acotando los ámbitos de actuación de cada uno de estos derechos y libertades públicas. (Frutos, 2009, p15)

También es necesario matizar que los llamados "personajes públicos", por su notoriedad o renombre, deben soportar un mayor grado de intromisión en sus esferas privadas, debido a que la opinión pública demanda una mayor información sobre ellos. (Frutos, 2009, p15)

1.12. La educación desde la televisión

Al adentrarse en el terreno de la educación se puede afirmar que, de manera directa, la televisión implica a dos grandes instituciones: la familia y la escuela. Pero lo hace de un modo distinto. La familia es fundamental, porque ella constituye los topos, el lugar en el que se ejerce la "tele-visión" (Morley, 1986; Lull, 1990), su contexto. Si hay algo que define a la televisión es su naturaleza doméstica, tanto como su naturaleza tecnológica. En cuanto a la escuela, con ella compite en la distribución del conocimiento y la transmisión de valores, además de hacerlo en la organización del tiempo cotidiano, cuestión también importante. Asimismo, registra una enorme incidencia en el rendimiento escolar con resultados contradictorios. (Frutos, 2009, p16)

Aquellas opiniones que se apoyan en la cantidad de tiempo que un niño se pasa ante el televisor para sostener su influencia negativa en los logros escolares pecan de superficialidad. Limitarse a hacer comparaciones entre el tiempo de consumo televisivo y los resultados obtenidos en la escuela supone reducir enormemente una cuestión que requiere un análisis más profundo. (Frutos, 2009, p16)

Tal planteamiento, a todas luces simplista, olvida que ver televisión es una actividad compleja, en la que están implicadas un amplio conjunto de variables y de circunstancias. No sólo la cantidad, sino la calidad (tipos de programas que ven), la atención, la capacidad para desplazar a otras actividades, la mediación de los padres en su consumo y la comprensión de los contenidos, por citar algunas de las más importantes, son otros tantos factores que deben tenerse en consideración. (Frutos, 2009, p16)

1.13. Las audiencias y los consumos de programas

Según Frutos, (2009, p19), todos los estudiosos de la televisión están de acuerdo en que los padres son fundamentales en el consumo televisivo de sus hijos, tanto en la cantidad como en la calidad. Es lo que se ha dado en llamar mediación parental. En la realidad se dan distintos tipos de intervención de los padres, pero pueden reducirse a los tres siguientes:

- Mediación restrictiva, la cual impone ciertas reglas para la visión, sean de horarios, de programas, o de ambos a la vez;
- Mediación desenfocada, una especie de "laissez-faire", donde se da una ausencia de orientación y de cualquier tipo de normas;

- Mediación evaluativa, con una participación activa de los padres en las distintas facetas de la recepción, como la visión conjunta de programas con comentarios sobre ellos.

De ellas, es esta última la recomendada por parte de distintos especialistas, tanto de la Psicología como de la Comunicación. De las dos primeras, sin duda la orientación restrictiva tiene aspectos positivos, como es la coherencia que supone una regulación clara, pero es insuficiente porque los padres no participan con los niños en la recepción de los programas, algo que sí ocurre en la evaluativa. Sin necesidad de ser tan estrictos en la imposición de normas, comparten con los niños buen parte de los contenidos, viendo programas junto a sus hijos (co-visión) y, lo que es más importante, hablando con ellos sobre lo que ven, preguntándoles y explicándoles aquello que no comprenden. (Frutos, 2009, p19)

La realidad es que la televisión comunica significados, los cuales son interpretados por el sujeto, que recibe los mensajes integrándolos en una compleja estructura subjetiva, constituida por diversas experiencias, valores, significaciones, sentimientos, intereses, actitudes, etc. Cada nuevo mensaje se instala en un vasto mar de realidades psíquicas. (Frutos, 2009, p19)

Además de este marco receptivo personal, es importante la interacción con los padres (o adultos en general) en la interpretación de los contenidos televisivos, de modo que, a través de un proceso de diálogo y de discusión con ellos, se configura el verdadero significado. (Frutos, 2009, p19)

Texto y contexto, mensaje y condiciones de recepción, forman un binomio inseparable en la interpretación de los contenidos de la televisión, donde los componentes tanto subjetivos (personales) como objetivos (del contexto de la recepción) se conjugan necesariamente. De este modo adquieren los mensajes televisivos su verdadero sentido. (Frutos, 2009, p20)

Es cierto que son muchas las variables que aquí se han mencionado (cantidad, calidad, atención, desplazamiento, mediación parental y comprensión de los contenidos), todas ellas mediadoras en la relación entre la televisión y la escuela. Sin embargo, aún se podrían señalar más. Por ejemplo, las de tipo demográfico (sexo, edad, niveles educativos y socioeconómicos de los padres). Incluso se podrían tener presentes ciertas variables psicológicas (referidas a la personalidad), u otras de carácter evaluativo. (Frutos, 2009, p21)

En conjunto, sumadas a las anteriores, supondrían una extensa visión del papel de este medio de comunicación en la vida de los escolares. Pese a todo, la importancia de la TV es un hecho evidente. Y la constatación de la existencia de múltiples factores presentes en su relación con la escuela, por más que la clarifique, no resuelve la cuestión. (Frutos, 2009, p21)

1.14. Etapas de un programa de noticias televisado.

1.14.1. Etapa de información y planificación

Comprende todos los criterios de base que han de orientar el diseño del plan.

Es un pre-proyecto de planificación que será contrastado con los datos reales que se irán obteniendo a lo largo de la investigación, cobertura de las noticias y planificación.

1.14.2. Etapa de diseño

Se iniciará con la etapa de preproducción, producción, edición y postproducción.

Las tareas involucradas en la realización de video pueden ser tan variables que podrían abrumar incluso al más experimentado de los productores si no son ejecutadas de forma estructurada y organizada. Entre las tareas de producción más comunes que se puede mencionar las siguientes:

- Preproducción
 - Elaboración de guión literario
 - Elaboración de guión gráfico
- Producción
- Grabación
 - Dirección del equipo humano de la producción
 - Operación de cámara
 - Aparición a cuadro
- Postproducción de video
- Edición del video
 - Revisión de la edición
 - Exportación y conversión del video final
 - Distribución del video de actividad en línea (Careaga, 2011)

1.14.3. La realización de los programas informativos

1.14.3.1. El proceso de producción

Para cualquier televisión, contar con un servicio informativo funcionando las 24 horas de los 365 días del año implica hacer frente a elevados costes económicos (salarios, equipamiento, traslados, telecomunicaciones, etc.) y coordinar el trabajo de numerosos profesionales del periodismo audiovisual (directores, productores, redactores, reporteros, realizadores, montadores, técnicos de iluminación, técnicos de sonido, regidores, maquilladores, etc.). (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)



Figura 1-1: El proceso de producción

Fuente: mav.cnice.mec.es/Informativos

El proceso de producción de noticias para televisión es complejo, pues se apoya tanto en el sonido como en la imagen, cuyos recursos y posibilidades tiene que conocer el periodista y en muchos casos incluso manejar personalmente. Cada noticia es diferente y requiere una producción específica, de manera que las rutinas del trabajo informativo son más difíciles de establecer que en otros medios. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

- A.- Preproducción
- B.- Registro
- C.- Redacción y edición de las noticias
- D.- Control de calidad
- E.- Emisión

1.14.3.2. Preproducción

En esta fase se organiza, se planifica y se toman decisiones sobre la importancia de las noticias, dotación de equipos, modo de cobertura, establecimiento de una red de fuentes propias, utilización del material de agencias, organización de la documentación, etc. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

1.- El informativo comienza con una primera reunión que se realiza a primera hora de la mañana, presidida por el director del informativo, a la que acuden los responsables de los diferentes departamentos



Figura 2-1: Etapa de preproducción
Fuente: mav.cnice.mec.es/Informativos

En ella se establece la agenda, es decir, la elección de los temas y el lugar y tiempo que ocuparán en el informativo. Para ello repasan:

- a. Noticias ya emitidas en días anteriores y que siguen siendo vigentes.
- b. Temas nuevos que van a ser relevantes y que se cubrirán específicamente para el informativo.
- c. En cadenas de varias emisoras, las noticias de las delegaciones territoriales que habrán hecho sus propuestas de noticia con antelación a la emisión del informativo.
- d. Envíos vía satélite y noticias de agencia. Las agencias de noticias vía satélite envían una relación de las imágenes que van a emitir para que cada cadena decida cuáles van a grabar para luego ser convertidas en noticia. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)



Figura 3-1: Envíos vía satélite y noticias de agencia.

Fuente: mav.cnice.mec.es/Informativos

2.- Con estos temas ordenados, el realizador construye la escaleta en la que también se prevé el carácter de cada vídeo (piezas, colas o totales). Se decide el paso de una a otra y el momento en que se producirán los intermedios para publicidad. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

3.- Reparto de tareas: a cada redactor se le asigna uno o varios temas de los que ya se decide si van a ser piezas, totales o colas:

a.- En caso de que la noticia sea de nueva creación con imágenes a filmar será necesario reservar los equipos y el personal de cámara. De esto se encarga producción de informativos, que también gestiona el transporte.



Figura 4-1: Equipos y personal de cámara

Fuente: mav.cnice.mec.es/Informativos

b.- En el caso de que se quiera cubrir determinada emisión en directo, el departamento de producción se encargará también de gestionar la reserva de los espacios para colocar los equipos y de prever las necesidades que suponga la transmisión. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

c.- Los redactores que tengan encargada la redacción de una noticia de satélite deben visionar las imágenes con sonido ambiente en bruto que han llegado mientras consultan el texto descargado de Internet que explica su contenido y que puede simplemente traducirse para dar forma a la noticia. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

1.14.3.3. Fase de registro

Esta fase abarca la recopilación, registro y grabación de las noticias. Las noticias llegan a la redacción a través de diferentes vías. Diariamente llegan por fax, por correo y por e-mail, comunicados, convocatorias de prensa y teletipos de las agencias informativas. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

A partir de estas informaciones previas el periodista indaga, va al lugar de los hechos, entrevista a los protagonistas de las noticias y con su equipo técnico graba las imágenes y sonidos necesarios para luego poder elaborar la noticia. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

1.14.3.4. Redacción y edición de las noticias

En esta fase se montan las informaciones, para lo que es preciso tener una idea clara de las imágenes con las que se cuenta, habiendo visionado previamente lo grabado y las imágenes que se hayan solicitado de archivo. Una vez visionadas, se escriben los textos en el ordenador y se decide qué fragmentos de las declaraciones (totales) van a aparecer. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

Después un técnico de sonido graba su locución, la voz en off, y todo el material va a la cabina de edición. Allí, un operador de vídeo le da la forma definitiva a la noticia y se monta la imagen y el sonido para crear las piezas o se montan los totales o las colas sin locución. Cada noticia se monta en una cinta diferente en el caso de usar soporte magnético. Las noticias se editan sin rótulos para poderlas editar más rápidamente. Los rótulos se impresionan en directo con el primer en el control de realización. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

1.14.3.5. Control de calidad

Se refleja en el llamado parte de emisión, complementado por un ayudante de realización. El parte sirve en el control de realización durante la emisión del informativo para estar prevenidos de su duración a la hora de dar paso al siguiente bloque o para conocer los posibles defectos que tiene el

vídeo, de manera que puedan tratar de corregirse en directo o, al menos, no generar confusión sobre si dichos defectos son de la propia emisión o del soporte emitido. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

Antes del comienzo del informativo deben estar terminadas de montar la mayor parte de las piezas. Durante su desarrollo se terminan de montar algunas noticias que serán de las últimas en emitirse. Los partes de emisión son recogidos por el ayudante de realización que se vaya a encargar de “cantar los tiempos”. Otro ayudante se encarga de hacer y llevar al control de realización los partes de las noticias que terminen de ser montadas después del comienzo del informativo. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

1.14.3.6. Emisión

Es la etapa final, en la que se produce la emisión del programa informativo televisivo. Es una tarea compleja en la que intervienen dos grupos de personas de forma coordinada: Participan en el plató los presentadores, que leen las noticias en el teleprompter, las cámaras, el operador de la cabeza caliente y el regidor. En la sala de control trabajan el realizador, con sus ayudantes, y el mezclador. Durante la emisión, el realizador tiene que tomar decisiones al tiempo que coordina a todo su equipo, que tiene que realizar varios procesos: (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

- Coordinar cámaras, sonido e iluminación en el plató.
- Lanzar los vídeos.
- Rotular las noticias.
- Escribir el texto de las noticias
- Mezclar la imagen: en un control de realización de un informativo normal nos encontramos con las siguientes “señales”:
- Mezclar el sonido: micrófonos, vídeos, sintonías.
- Durante la emisión el ayudante de realización canta el parte de emisión y un operador de vídeo “lanza” las piezas o vídeos cuando el realizador se lo indica. Junto a este operador se encuentra otro operador de sonido y el ayudante técnico electrónico. Un segundo operador de vídeo introduce los rótulos con el printer. (Tv_mav.cnice.mec.es, 2017)

1.15. Estructura del manual de identidad visual corporativa

1.15.1 Introducción

- Información básica sobre la empresa, filosofía corporativa
- Objetivos del manual de identidad visual corporativa

1.15.2 Bases de la identidad visual

- Logotipo
- Símbolo o isotipo
- Logo símbolo monocromático positivo
- Logo símbolo monocromático negativo
- Logo símbolo a color / Color corporativo
- Construcción geométrica / área reservada
- Escala dimensional
- Tipografías corporativas
- (Rotaciones permitidas)
- Usos incorrectos

1.15.3 Aplicaciones gráficas

- Papelería corporativa: sobre, papel membretado, tarjeta de presentación
- Factura

1.15.4 Aplicaciones para gráficas

- Uniformes
- Vehículos
- Banderín (roll-up)
- Productos promocionales

1.15.5 Aplicaciones arquitectónicas y ambientales

- Rótulo de fachada

- Señalética: señal referencial, señal(es) indicativa(s), señal direccional (Cevallos P, 2009)

1.16. Elementos del lenguaje audiovisual

1.16.1. Características

El lenguaje audiovisual es un conjunto de normas y símbolos que permiten comunicar por la vía de sonidos e imágenes. (Novasur, 2017)

1.16.2. Estructura

- Secuencia: La secuencia es una unidad narrativa del relato visual en la que se plantea, desarrolla y concluye una situación dramática.
 - Escena: La escena es una parte del relato que se desarrolla en un solo escenario. No constituye necesariamente una unidad dramática.
 - Toma: Una toma es el lapso de tiempo entre que se comienza y termina de grabar.
- (Novasur, 2017)

1.16.3. Valores de plano

En palabras simples, un plano es la distancia entre un objeto o personaje y la cámara.

1.16.4. Escala de planos

- **Plano panorámico, gran plano general o plano general largo:** se encuadra un amplio paisaje en el que el escenario es protagonista por encima de la figura humana.
- **Plano general:** presenta al sujeto de cuerpo entero en el escenario en que se desarrolla la acción.
- **Plano americano:** corta al sujeto por la rodilla o por debajo de ellas.
- **Planos medios:** cortan al sujeto por encima de la rodilla, las caderas o el pecho.
- **Primer plano:** corta desde los hombros hacia arriba y nos sitúa a una distancia de intimidad con el personaje, que se ve solamente el rostro.
- **Gran primer plano:** corresponde a cuando se encuadra una parte del rostro, recoge la expresión de ojos y boca.

- **Primerísimo primer plano:** es cuando se encuadra tan sólo un detalle del rostro: los ojos, los labios, los oídos. Para resaltar una parte del cuerpo.
- **Plano detalle:** es un primer plano de una parte del sujeto diferente al rostro.
- **Plano secuencia:** se aplica a una toma que puede moverse y variar su encuadre registrando una o varias acciones en continuidad, aunque lo registrado no sea propia-mente una secuencia. (Novasur, 2017)

1.16.5. Movimientos de cámara

1.16.5.1. De desplazamiento:

- **Toma fija:** es cuando la cámara permanece en una posición fija.
- **Paneos:** son movimientos lentos sobre su eje en forma horizontal.
- **Tilt up o Down:** es muy parecido al paneo.
- **Travelling:** es un movimiento de cámara en el espacio que consiste en un desplazamiento.
- **Cámara al hombro:** esta modalidad de movimiento de cámara se realiza cada vez que quiero seguir a personaje y no puedo prever cuáles serán sus movimientos.
- **Cámara subjetiva:** este movimiento de cámara se realiza toda vez que el di-rector de la película quiere dar a conocer cuál es la mirada de nuestros protagonistas. (Novasur, 2017)

1.16.5.2. De lente

- **Zoom o travelling óptico:** es el movimiento del lente que permite acercar o alejar los objetos.
- **Pan foco:** es un pequeño movimiento de lente en relación a los objetos en el interior del encuadre. (Novasur, 2017)

1.16.5.3. Ángulos de cámara

- **Normal:** se entiende cuando se traza una línea vertical imaginaria desde la mirada del sujeto hacia el lente de la cámara y están a la misma altura.
- **Picado:** se entiende cuando la cámara está a 45° en pi-cado hacia el sujeto.
- **Contrapicado:** por el contrario, la angulación contrapicado la cámara está a 45° desde el suelo hacia el sujeto.

- **Cenital:** este tipo de angulación se llama cuando la cámara está sobre los sujetos u objetos que está grabando, pero de manera cenital, es decir desde el cielo en forma recta hacia abajo. (Novasur, 2017)

1.16.6. Roles

- **Director:** En una producción audiovisual es quien tiene clara una idea, crea una historia y la lleva a su realización.
- **Guionista:** Es el encargado de desarrollar el guión de un producto audiovisual. A veces, el director de un programa es también su guionista.
- **Productor:** Es la mano derecha del director, quien se encarga de velar por toda la operación logística de la película.
- **Actores:** Un actor es una persona que representa roles en una producción dramática.
- **Investigador:** Tienen la misión de investigar los contenidos necesarios para la producción, revisar los datos e información que se comunicarán y de entrevistar, tanto en cámara como fuera de ella, a quien corresponda.
- **Camarógrafo:** Los camarógrafos tienen la tarea de manejar las cámaras dentro de una producción.
- **Montajista:** son los encargados de tomar las imágenes que se han capturado en la cámara y convertirlas en una narración audiovisual, trabajan con los guiones y estrechamente con los directores. (Novasur, 2017)

1.17. El audio para la televisión.

La palabra AUDIO proviene del latín AUDIRE que significa OIR, para que la cámara de video pueda registrar el audio necesita un sistema compuesto por un micrófono incorporado y para poder monitorear el sonido que se registra se necesita de audífonos y unos parlantes internos. El sonido tiene sus propias características y cualidades que va hacer que los equipos de registro de audio puedan grabar con mayor o menor fidelidad. (Chávez, 2013)

1.17.1. Las ondas de audio tienen cuatro características:

- **Frecuencia:** es el número de vibraciones completas por segundo que realiza el sonido y se le conoce como CICLO. La medida de estas vibraciones se realiza en HERTZIOS (1 HZ)
- **Volumen:** son los sonidos muy altos o muy bajos producto de las vibraciones que serán aumentadas o reducidas dependiendo de la persona.
- **Tono:** es el aumento de las vibraciones del sonido y que puede ir de una frecuencia alta a una frecuencia baja o viceversa.
- **Fase:** se refiere al desplazamiento relativo en tiempo entre dos sonidos y se mide en grados. 1 ciclo = 360°. (Chávez, 2013)

Estas formas de llamar a los sonidos están comprendidas como sigue:

- **La voz:** se refiere al lenguaje hablado de las personas o protagonistas de nuestra historia.
- **Sonido ambiental:** se extiende a todo tipo de sonido producido por la naturaleza o por las personas.
- **Música:** abarca todo tipo de música que se conoce interpretado por las voces de las personas o por instrumentos musicales.
- **Efectos sonoros:** son todos aquellos que no son producidos de forma natural, sino que han sido creados especialmente para resaltar un momento en nuestro video.
- **El silencio:** es parte del lenguaje audiovisual. Tiene mucha carga emotiva y nos produce sensaciones diversas. (Chávez, 2013)

1.17.2. Registro de audio en la cámara de video

- Para que el camarógrafo pueda monitorear el sonido captado por el micrófono utiliza los audífonos o head phones.
- Las cámaras de video, tanto de nivel semi profesional como las profesionales, registran el audio por dos canales separados; derecho e izquierdo o right y left.
- El micrófono incorporado de la cámara puede ser unidireccional, omnidireccional o micrófono zoom. (Chávez, 2013)

1.17.3. Micrófonos

- **Micrófonos personales:** se denominan así aquellos que se sujetan directamente al invitado o locutor, como los de corbata o los diminutos dispositivos auditivos – popularmente

conocidos como pinganillos – que sitúan en una de las orejas, a través de los que se les comunican a los locutores las instrucciones.

- ***Micrófonos de mano:*** de tipo omnidireccional, son robustos, fácilmente manejables, protegidos contra el viento, provistos de una malla con forma de bola que elimina ruidos extraños cuando se acerca demasiado a la fuente sonora. Son los habituales en reportajes de calle e intervenciones de público en plató.
- ***Micrófonos de pie:*** de altura regulable con un tubo telescópico sustentado por un trípode de cangrejo. Utilizado por cantantes solistas, comentaristas erguidos y actuaciones de orquestas.
- ***Micrófono colgado:*** suspendido sobre el área donde actúa. No da buen resultado en situaciones de varias intervenciones individuales como un debate o una tertulia.
- ***La jirafa:*** sujeto al extremo de una caña de tamaño variable mediante una pinza. Puede ser: manual, cuando el ayudante de sonido opera la caña suspendiéndola a pulso en el aire dirigiendo el micrófono a la fuente sonora o jirafa grande o telescópica, situada sobre una dolly lo que la dota de gran movilidad tanto de desplazamiento como de alcance por lo extensible de su brazo. (Recursos.cnice.mec.es, 2017)

1.18. La gráfica en televisión

La imagen debe consolidarse por medio de la continuidad, esta se refiere a la aplicación constante de la identidad creada lo que permitirá al espectador adoptar la imagen visual. Esta identidad consta de 4 áreas de importancia que son las siguientes:

- Las piezas que identifican el canal (ID principales, ID de campañas, ID especiales) (branding).
- Las promociones: muestran la identidad y venta on - air de la programación. (Cg, apertura y cierres de promos (look pack), Las carteleras (anuncian el programa que viene), ya vuelve y esta de vuelta, los ángulos o esquinas (generalmente permanece el logotipo del canal y eventualmente algún quemado para promocionar la programación, entre otros).
- Las marquesinas: sirven para delimitar las zonas temáticas y horarios (en ocasiones) que maneja la programación del canal. (Ulat.ac.pa, 2017)

1.18.1. Las gráficas en los programas de televisión

Deben tener en cuenta los estándares de calidad y el estilo que se maneja en la imagen del canal.

1.18.1.1. Colgada o mosca: descripción corta y precisa. Estas piezas sirven exclusivamente para marcar un punto en el espacio y tiempo televisivo. Orientan al televidente sobre lo que se está viendo. En ocasiones, advierten de la programación que viene a continuación. El caso más común es el de los noticieros, donde se muestra el lugar de la noticia y la instantaneidad de ella. Por ejemplo: en “vivo desde La Rondalia”. (Rubina, 2012)

1.18.1.2. Intros o presentación: esta pieza se utiliza para marcar la apertura de cada programa o bloque. Es también una pieza audiovisual promocional. (Rubina, 2012)

1.18.1.3. Titulares: espacio gráfico acorde con el concepto visual del programa, en donde se muestra un extracto de las noticias o temas más relevantes a tratar dentro del programa. Esta pieza comúnmente sobrepone una viñeta para textos que describen las imágenes del avance. (Rubina, 2012)

1.18.1.4. Barra informativa o scroll: espacio utilizado mayoritariamente por las cadenas de noticias, es un soporte textual horizontal que se ubica en la parte inferior de la pantalla, en él se desplazan detalles de noticias y/o eventos diarios. La velocidad se ajusta a un tiempo promedio de lectura del televidente. (Rubina, 2012)

1.18.1.5. Over shoulder: imágenes de apoyo que se posicionan por sobre los hombros de los conductores, estas imágenes sustentan visualmente lo que el conductor explica de forma verbal.

1.18.1.6. Infografías: también llamadas placas informativas o coloquialmente, “gráficas” En esta categoría entran todas las piezas que intentan representar de forma visual más que textual, diferentes temas en los que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativas. (Rubina, 2012)

Su característica esencial es su independencia en pantalla, ya que se despliegan de forma única sin elementos anexos a pantalla completa. Como ejemplos se puede nombrar los informes del tiempo, resultados de juegos de azar, informe de tránsito, placas de texto e imágenes, etc. (Rubina, 2012)

1.18.1.7. Still: también es una imagen de apoyo. Esta se sitúa por detrás del conductor e intenta representar de forma sintética el instante más relevante dentro de una noticia o un video. (Rubina, 2012)

1.18.1.8. Dúplex, triplex: es un soporte gráfico que divide la pantalla en dos partes en el caso del dúplex, o en tres en el caso del triplex, y así va cambiando el nombre en función de las divisiones que se hagan de la pantalla. Cumple la función de establecer comunicación entre dos o más instancias, ya sean lugares físicos o apoyos audiovisuales. (Rubina, 2012)

Se establecen recuadros de acción, donde se posicionan señales de video. A estas señales se les llama compresiones, ya que son videos que se dimensionan para que se ajusten al tamaño del recuadro. Las compresiones se dimensionan desde la mesa de dirección, aunque las aplicaciones que hoy se manejan en los medios de televisión automatizan este proceso, asociando automáticamente las señales de video de la mesa de dirección a los recuadros del duplex. (Rubina, 2012)

1.18.1.9. Cortinas: son secuencias gráficas rápidas que anteceden y presentan los diferentes bloques o temas dentro de la programación. Sirven como llamado de atención ante la continuidad de la programación y tienen un carácter promocional. (Rubina, 2012)

1.18.1.10. Separadoras o transiciones: es una pieza muy rápida que sirve de transición entre una nota o un tema a otro, dentro de un mismo bloque temático. (Rubina, 2012)

1.18.1.11. Cierre: es el complemento de la presentación y marca el fin del programa. En la mayoría de los casos el cierre corresponde a los créditos del programa, en este espacio deberían aparecer todos los nombres de las personas involucradas en la realización del programa. En ocasiones, el nombre de los diseñadores no es considerado en este espacio, lo que habla del respeto que existe hacia nuestra disciplina. En lo personal, puedo agradecer que mi nombre aparezca en algunos créditos de programas de prensa. (Rubina, 2012)

1.18.1.12. Cierre y créditos finales: de una película o programa, en el soporte se conjugan la programación a la derecha y los créditos a la izquierda en una misma pieza. (Rubina, 2012)

También es necesario proponer una paleta gráfica / de colores donde se establecerán la paleta, y demás elementos gráficos (quizás figuras geométricas, etc.) y la tipografía para uniformar la pantalla.

El trabajo de Diseño gráfico representa una experiencia visual porque se logra un equilibrio en la relación espacial intuitiva de los objetos / elementos y colores que utilizamos en la composición.

En todo momento se debe considerar que las formas que percibe el espectador es el resultado de la reciprocidad que existe entre el material que presentamos y el sistema nervioso de quien observa. Por ello las diversas emociones que se despiertan en el televidente se toman en cuenta para el óptimo desarrollo de lo que se quiere transmitir en un espacio delimitado como es la Televisión. (Ulat.ac.pa, 2017)

Razón por lo cual no se debe olvidar que el color influye psicológicamente en las sensaciones (tristeza, alegría, pesadez, ligereza, frío o calor) y las emociones (relaciones afectivas, subjetivas u objetivas). Al momento de utilizar la imagen creada para el canal al considerar que las variables y los cambios que van relacionados al diseño de los elementos gráficos establecidos en el desarrollo de la misma son parte de la imagen visual que el público identificará o no como del canal. (Ulat.ac.pa, 2017)

Se recuerda que debe ser de fácil identificación y además debe diferenciarse por su originalidad de los demás que son su competencia por lo que se debe seguir las normas (continuidad) que nos indica el manual para lograr el fin deseado, Un Canal con una sólida imagen Visual. (Ulat.ac.pa, 2017)

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Investigación de campo

Este tipo de investigación extrae la información real a base de una técnica de recolección en este caso la encuesta con el fin de dar solución a la hipótesis planteada.

La investigación de campo ayuda a mejorar la información documental haciéndola más compleja. Para esto se efectúa un proceso en el que se recolecta datos, para posteriormente analizar, los cuales darán resultados a un problema o hipótesis anteriormente planteado.

En la presente investigación se recolectan datos del programa institucional, informativo de noticias ESPOCH TV en su primera temporada, los cuales sirven para conocer la evolución que este ha tenido a partir de su primera emisión, hasta la finalización en su programa número 22. Los datos obtenidos, se recolectan del respaldo de los programas emitidos por las cadenas TVS Y ECUAVISIÓN. Las cuáles son utilizadas para la presente investigación.

Analizando los tres aspectos fundamentales que son: legal, el aspecto técnico audiovisual y el contenido de la información que se emitió, los cuales a través de técnicas y herramientas son visualizadas para identificar las virtudes y falencias en estas transmisiones.

2.2. Diseño de la investigación

2.2.1. Métodos

2.2.1.1. Método comparativo

Para el correcto análisis y comprensión de los datos obtenidos en la investigación de campo, se utiliza el método comparativo ya que este permite conseguir y comparar las ventajas y desventajas de cada uno de los aspectos planteados para su interpretación.

2.2.2. Técnicas

2.2.2.1. Técnica de observación

Se determina que, mediante el uso de esta técnica, y con la ayuda del método comparativo se establecen los aciertos y falencias del programa informativo institucional de noticias ESPOCH TV.

2.2.2.2. Encuesta y entrevista

Para obtener los datos deseados, se aplica la encuesta como una herramienta para conseguir información, consultando a la comunidad politécnica (personas encuestadas) y estableciendo preguntas de selección múltiple que determinen el interés público que generó ESPOCH TV.

2.2.3. Instrumentos de recolección de datos

2.2.3.1. Google formularios

Para una mejor tabulación, análisis y desarrollo de las encuestas, se emplea una herramienta de Google (Google Formularios), la cual es de uso gratuito sólo abriendo una cuenta en Gmail, esto mejora la lectura e interpretación de la información obtenida.

2.2.4. Tipos de variables

Durante la investigación de campo, no se establecen las variables las cuales son indispensables a la hora de realizar el análisis comparativo, sobre la producción del primer año del programa informativo de noticias ESPOCH TV.

2.2.4.1. Enfoque cualitativo

Se utiliza este enfoque para resolver la hipótesis planteada, la cual en la presente investigación será cualitativa. Dado que estudia la calidad de sus actividades lo que permite comprender el fenómeno y las características de éste.

2.2.4.2. Enfoque cuantitativo

Se utiliza un análisis cuantitativo para medir la información obtenida al analizar a cada una de las emisiones del informativo politécnico ESPOCH TV.

2.2.5. Población y muestra

2.2.5.1. Población

Para la ejecución de este proyecto de titulación el tamaño de la población se considera a estudiantes, docente, empleados y autoridades pertenecientes a toda la comunidad politécnica de la ESPOCH. Dado el tipo de muestreo que se aplica (casual o incidental), la muestra se establece por el número de personas que se localicen a la hora, día y lugares establecidos previamente en un cronograma.

2.2.5.1.1. Muestreo casual o incidental

La técnica de muestreo permite al investigador seleccionar de manera intencional a los individuos de la población los cuales tomados en cuenta para el análisis. Se utiliza esta técnica para corroborar la opinión de la comunidad politécnica, acerca del interés público que proyecta el noticiero que se está analizando. La ejecución de este muestreo es aplicada según el cronograma definido a continuación.

Tabla 2-2: Cronograma de encuestas.

Lugar	Fecha	Hora
Facultad de Administración de Empresas	28-04-2017	08h00 a 08h30 am
Facultad de Informática y Electrónica	28-04-2017	09h00 a 09h30 am
Facultad de Salud Pública	28-04-2017	10h00 a 10h30 am
Facultad de Ciencias	28-04-2017	11h00 a 11h30 am
Facultad de Mecánica	28-04-2017	12h00 a 12h30 pm
Facultad de Recursos Naturales	28-04-2017	13h00 a 13h30 pm
Facultad de Industrias Pecuarias	02-05-2017	08h00 a 08h30 am

Centro de Idiomas	02-05-2017	09h00 a 09h30 am
Centro de Educación Física, Deportes y Recreación	02-05-2017	10h00 a 10h30 am
Centro de Vinculación con la Colectividad	02-05-2017	11h00 a 11h30 am
Instituto de Postgrado y Educación Continua	02-05-2017	12h00 a 12h30 pm
Instituto de Investigación	02-05-2017	13h00 a 13h30 pm

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

2.2. Parámetros de análisis.

Dadas las características para la producción de un programa de noticias, los parámetros tomados en cuenta para la investigación son:

El aspecto legal, el cual es importante ya que no acatar las normativas y reglamentos establecidas en la Constitución de la República del Ecuador, específicamente en la Ley Orgánica de Comunicación y su reglamento general se exponen a severas sanciones e incluso la suspensión del mismo por la SUPERCOM (Superintendencia de la Información y Comunicación).

Tabla 2-2: Aspecto legal.

ASPECTO LEGAL	Constitución de la República del Ecuador.	Registro de propiedad intelectual.
	Ley Orgánica de Comunicación	Clasificación de los contenidos
	Ley Orgánica de Comunicación	Contenido audiovisual nacional
	Reglamento General de la Ley Orgánica de Comunicación	Protección a menores

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

En el aspecto técnico, se analiza cual es la correcta producción de un programa informativo institucional de noticias. Para ello se determinan las etapas de la producción audiovisual las cuales se clasifican en: Preproducción, Producción y Post/producción.

Tabla 3-2: Aspecto técnico.

ASPECTO TÉCNICO	Preproducción	Planificación Cobertura de noticias Redacción y guiones
	Producción	Dirección del equipo humano Operación de equipos Aparición a cuadro
	Post/producción	Edición de audio Edición de video

		Grafica en pantalla Exportación y conversión audiovisual Distribución del contenido audiovisual
--	--	---

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

Dentro del aspecto de contenidos se evalúa la calidad de la información emitida, así como también la credibilidad de esta y si el mensaje que quiere proyectar la institución a través de su programa genera la imagen deseada y el interés del público. De igual manera si existe una correcta clasificación de los contenidos proyectados en pantalla.

Tabla 4-2: Contenidos.

CONTENIDOS	Credibilidad de la información
	Calidad de la información
	Mensaje e imagen proyectada
	Interés público
	Clasificación de contenidos

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

2.2.1. Aspectos a analizar

Para el análisis técnico audiovisual comparativo que se utiliza en la presente investigación, se toma en cuenta las siguientes características como las más importantes:

Tabla 5-2: Características a analizar.

Registro de propiedad intelectual
Clasificación de los contenidos
Contenido audiovisual nacional
Protección a menores
Planificación
Cobertura de noticias
Redacción y guiones
Dirección del equipo humano
Operación de equipos
Aparición a cuadro
Edición de audio
Edición de video
Grafica en pantalla

Exportación y conversión
Distribución del contenido
Credibilidad de la información
Calidad de la información
Mensaje e imagen proyectada
Interés público
Clasificación de contenidos

Realizado por: MANAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

2.1.4. Tabla de análisis comparativo.

Tabla 6-2: Cuadro de análisis comparativo de la primera temporada del programa de Noticias Espoch tv.

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	TOTAL
ASPECTO LEGAL																							
Registro de propiedad intelectual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0/22
Clasificación de los contenidos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓	X	X	2/22
Programación de contenido nacional independiente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	22/22
Protección a menores	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18/22
ASPECTO TÉCNICO																							
PREPRODUCCIÓN																							
Planificación	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	18/22
Cobertura de noticias	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	22/22
Redacción y guiones	X	X	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18/22
PRODUCCIÓN																							
Dirección del equipo humano	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	X	16/22
Manipulación de equipos	X	X	X	X	X	X	X	x	X	✓	X	X	X	✓	X	✓	✓	X	X	X	X	✓	05/22
Aparición a cuadro	X	X	X	X	X	X	X	✓	X	✓	X	✓	X	X	X	✓	✓	✓	X	✓	X	X	07/22
POSTPRODUCCIÓN																							
Edición de audio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X	✓	X	✓	X	✓	X	✓	X	✓	X	✓	07/22
Edición de video	X	✓	X	✓	X	✓	X	✓	X	X	X	✓	X	✓	X	X	✓	X	X	✓	X	✓	09/22
Gráfica en pantalla	X	X	X	X	X	X	X	✓	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	01/22
Exportación y conversión audiovisual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	07/22
Distribución del contenido	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	22/22
CONTENIDOS																							
Credibilidad de la información	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	13/22
Calidad de la información	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	X	17/22
Mensaje e imagen proyectada	X	X	✓	X	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	14/22
Interés público	X	✓	X	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	X	X	✓	✓	13/22
Estructura del programa de noticias	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X	✓	✓	✓	X	X	04/22
TOTAL	7/20	8/20	9/20	10/20	10/20	9/20	5/20	10/20	11/20	12/20	10/20	12/20	9/20	15/20	11/20	13/20	14/20	14/20	10/20	14/20	10/20	12/20	

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017

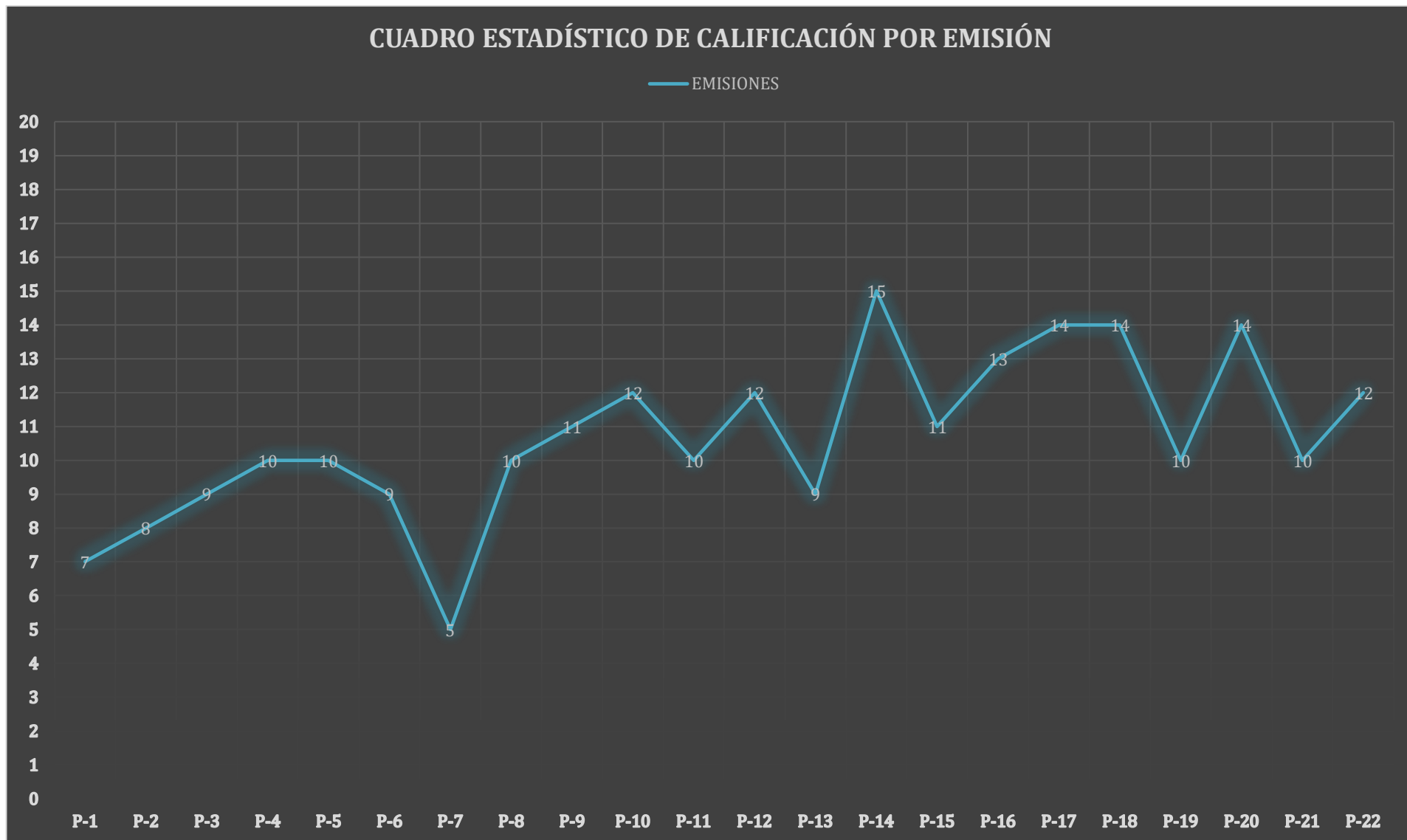


Gráfico 2-1: Cuadro estadístico de calificación por emisión.

Realizado por: Mañay D., Tigse E., 2017.

2.1.4.2. Cuadro comparativo de aspectos analizados.

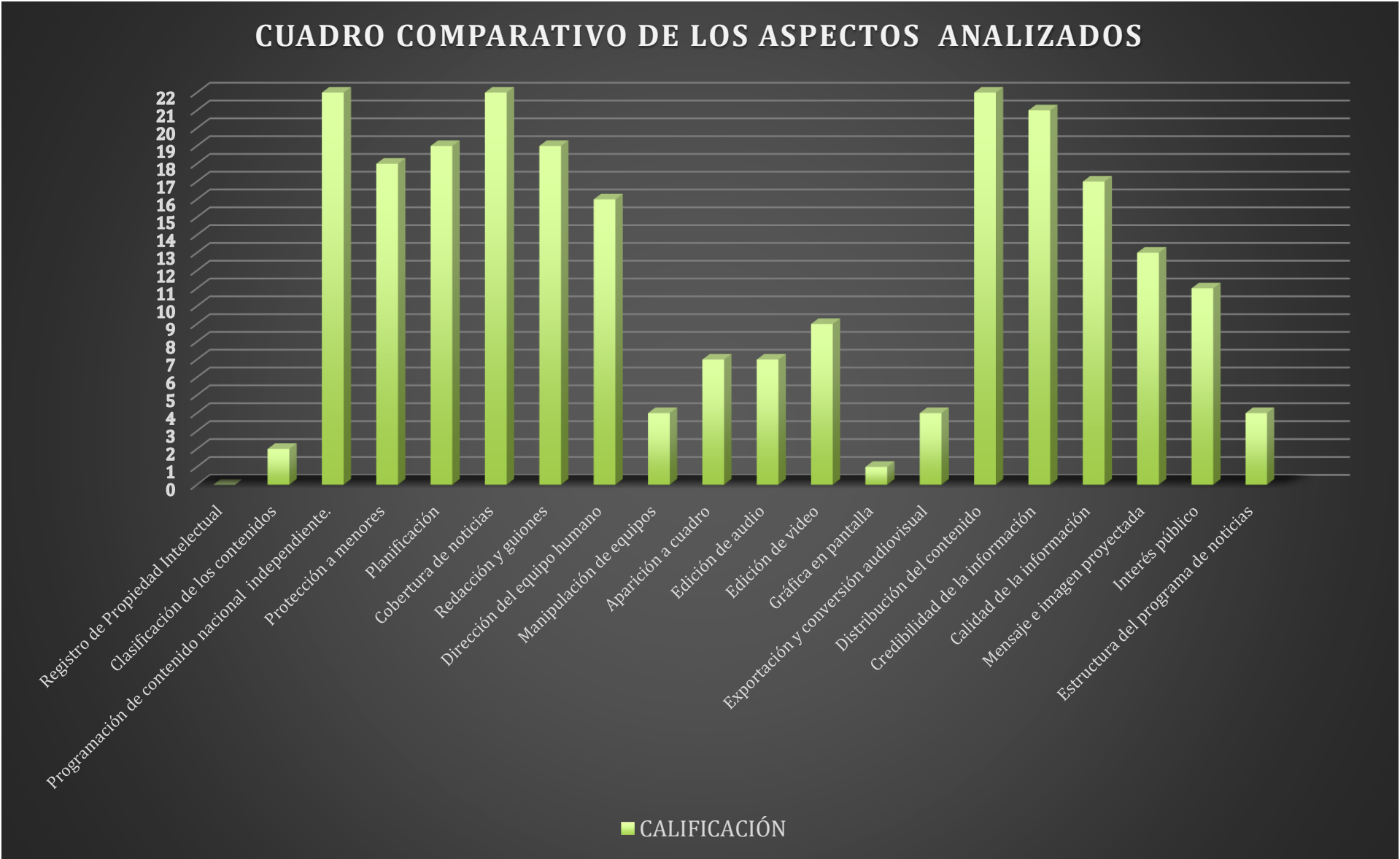


Gráfico 2-2: Cuadro comparativo de los aspectos analizados
Realizado por: Mañay D., Tigse E., 2017.

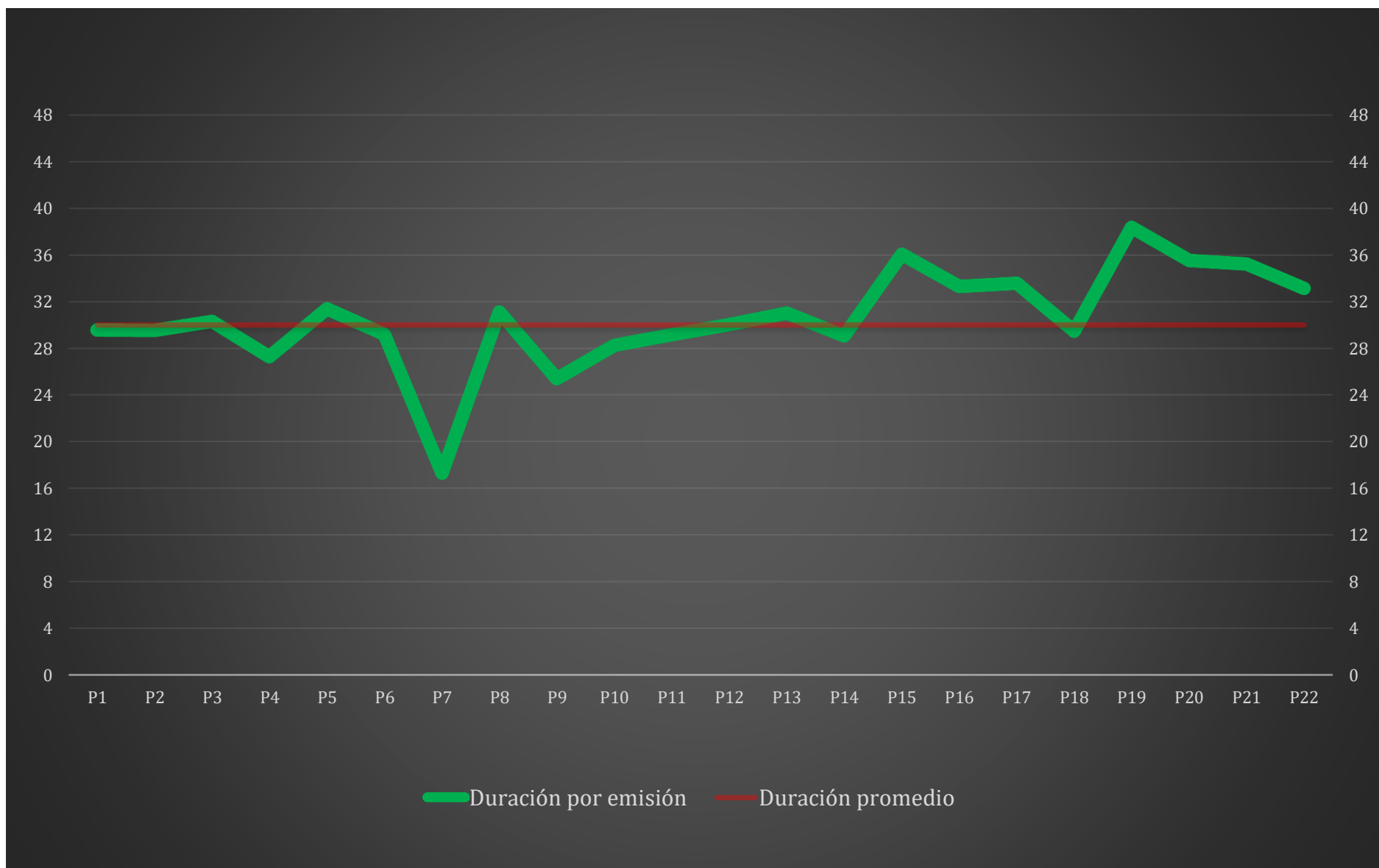


Gráfico 3-2: Cuadro estadístico de la duración de las emisiones de ESPOCH TV.

Realizado por: Mañay D., Tigse E., 2017.

2.3. *Análisis (interpretación)*

2.3.1. *Aspecto legal*

2.3.1.1. *Registro de propiedad intelectual.*

Como menciona la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, (2015, p151), artículo: 321-322 y como cita en la LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL – TÍTULO 1, (20017), artículo: 7. El programa ESPOCH TV no posee registro en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) de naming, isologo, obra audiovisual, identidad corporativa, ni una responsiva de uno o varios profesionales a cargo de sus emisiones.

2.3.1.2. *Clasificación de los contenidos.*

Como dicta en LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, (2013, p 11, 12,13). Art. 60-65. Todos los medios de comunicación estarán obligados a clasificar el contenido de su programación diaria, en el caso de ESPOCH TV, al iniciar la transmisión, en la categoría de Informativos con la nomenclatura (I) también se establece las divisiones en los horarios de transmisión los cuales serán de responsabilidad del medio emisor.



Figura 1-2: Captura programa N°19 ESPOCH TV, clasificación I.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gvY&t=36s>

En este caso el programa se encuentra dentro de la clasificación de Responsabilidad Compartida: “A” y “B”, desde las 18h00 a 22h00, apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta. En el aspecto clasificación de contenidos, apenas 2 programas cumplen con la normativa de categoría de informativos “I” mientras que en ninguna de las emisiones cumple con la regulación a las franjas horarias. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 12,13).

2.3.1.3. Programación de contenido nacional independiente.

Con el fin de promover la producción y difusión de contenidos nacionales, el Estado Ecuatoriano fomenta la producción audiovisual en el país, en un mínimo del 60% en sus transmisiones diarias, de 06h00 a 18h00, siendo de este al menos un 10% de producción ecuatoriana independiente, esta norma exceptuando el tiempo dedicado a servicios de tele venta y todo aquello que se considere publicidad, (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 15,17,18).



Figura 2-2: Set de grabación programa ESPOCH TV.

Fuente: DIRCOM, ESPOCH-2015

La producción del noticiero ESPOCH TV durante su primer año de emisión fue de elaboración 100% nacional por lo que cumple con el aspecto de programación de contenido nacional independiente.

2.3.1.4. Protección a menores

El Estado Ecuatoriano a través del REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, (2013, p 21.), Art. 60, expresa que no pueden aparecer en tipo de publicidad o contenido audiovisual, ningún menor de 16 años de edad sin el permiso o consentimiento de la persona que ejerza su patria potestad.



Figura 3-2: ESPOCH TV programa N°11, ley de protección de menores.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=siUDMbbclPQ&t=3s>



Figura 4-2: ESPOCH TV programa N°6, jardín de infantes Pecuaritos.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=NhtOzvQxY5Q>

Es responsabilidad de la productora de la obra audiovisual él proteger la identidad de los menores de edad, en caso de que lleguen a aparecer en pantalla, mediante desenfoques, apariciones a contra luz

o cualquier técnica empleada en post producción para cumplir con esta disposición. En el caso del informativo ESPOCH TV en los programas 8, 11, 13, 16 no cumplen con el Reglamento General de la Ley Orgánica de Comunicación.

2.3.2. Aspecto técnico

2.3.2.1. Preproducción

2.3.2.1.1. Planificación

Originalmente, cada emisión del programa, está planificado con una duración de 30 minutos, incluyendo dos pautas publicitarias, cada una con una duración de 45 segundos.

Duración de cada una de las emisiones.

Tabla 7-2: Duración por emisiones.

<i>N° de programa</i>	<i>Fecha de emisión</i>	<i>Duración</i>
Programa N° 1	28-08-2014	29'55''
Programa N° 2	29-09-2014	29'52''
Programa N° 3	07-10-2014	30'29''
Programa N° 4	31-10-2014	27'28''
Programa N° 5	28-11-2014	31'39''
Programa N° 6	18-12-2014	29'18''
Programa N° 7	12-02-2015	17'30''
Programa N° 8	13-04-2015	31'10''
Programa N° 9	01-05-2015	25'38''
Programa N° 10	15-05-2015	28'24''
Programa N° 11	05-06-2015	29'16''
Programa N° 12	12-06-2015	30'03''
Programa N° 13	26-06-2015	31'02''
Programa N° 14	15-07-2015	29'07''
Programa N° 15	24-07-2015	36'05''
Programa N° 16	07-08-2015	33'31''
Programa N° 17	24-08-2015	33'57''
Programa N° 18	04-09-2015	29'48''
Programa N° 19	21-09-2015	38'36''
Programa N° 20	26-10-2015	35'53''
Programa N° 21	20-11-2015	35'22''
Programa N° 22	10-12-2015	33'14''

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

2.3.2.1.2. Cobertura de noticias

- ***Cobertura***

Para una apropiada cobertura de un programa de noticia televisado se requiere de personal profesional capacitado en comunicación social y producción audiovisual principalmente un reportero y un camarógrafo los cuales deben estar provistos de equipos para la grabación de audio y video.

La ubicación de la cámara es frontal a la acción que se está dando. En el caso de ESPOCH tv, se aprecia únicamente una toma en plano medio de la presentadora desde la sala de producción del programa. El relato se lo realiza utilizando voz en off, mientras que las imágenes, se manifiestan viéndose en la mayoría de los programas, planos generales a toda pantalla.

En ESPOCH TV, la cobertura de las noticias es acotado y centra más la atención en los acontecimientos de ámbito institucional y no hace hincapié en información de más importancia para la comunidad politécnica. La cobertura no es planificada y deja un poco que desear ya que el personal humano técnico no resuelve los problemas y caen en los mismos errores encontrados en la grabación de programas anteriores.

- ***Registro audiovisual***

La planificación de la grabación de imágenes se relaciona a las características propias relacionadas con la noticia: edificios, testimonios, aulas, laboratorios, cobertura de eventos institucionales. La utilización de planos generales tiene la función descriptiva y se centran en relatar los sucesos que acontecen en los predios de la institución universitaria.

2.3.2.1.3. Redacción y Guiones

- ***Redacción***

La redacción periodística que se establece para un programa de televisión, es realizada por comunicadores sociales, la cual es escrita para transmitir hechos reales al público, los cuales después de la redacción, se verán trasladados a un guión, a partir del cual se emitirá posteriormente en un formato audiovisual, mediante la voz en Off.

En este caso al existir los guiones previos a la producción del programa ESPOCH TV, se logra analizar que existe una correcta redacción periodística emitida por 3 comunicadores sociales a cargo de ésta.

○ **Guiones**

Para la ejecución de este programa se toma en cuenta el guión literario, el cual se produce a partir de la cobertura de noticias ejecutadas con anterioridad, este guión citado específicamente se utiliza para la grabación de la voz en off en cada una de las notas de contenido, ya que el programa no se emite en vivo, sino que se lo registra.

La Facultad de Informática y Electrónica (FIE) de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo inauguró las Jornadas Académicas TEL-CON IEEE 2015.

Con la presencia de expositores nacionales e internacionales, autoridades, docentes y estudiantes de la FIE, se efectuó el acto inaugural en el auditorio de la Facultad de Ciencias Pecuarias, el mismo que se estará desarrollando del 8 al 10 de julio.

Bella Mena presidenta de la rama IEEE, dio la bienvenida a estas jornadas, donde indicó que el evento tiene como objetivo, despertar el interés sobre las nuevas tendencias de temas de vanguardia y aplicación de nuevas tecnologías en los estudiantes politécnicos.

En estas jornadas se abordará temáticas como diseño digital y FPGAS, robot humanoide RAD-NK4, el visón de 5 G, redes, sensores inalámbricos, entre otros de interés para los futuros profesionales que se forman en la ESPOCH, además se realizarán una serie de talleres durante los días previstos.

El decano de la FIE, Ing. Nicolay Samaniego declaró inaugurado las jornadas académicas TEL-CON IEEE 2015, donde agradeció la motivación puesta a los organizadores del evento.

Recalcó también que estos eventos fortalecen la presencia de la facultad, además invitó a seguir trabajando con las redes, demostrando que en la ESPOCH existe una red IEEE.

Figura 2-8: Guión literario nota “Inauguración Jornadas Académicas IEEE 2015” Programa 14: 15 de julio de 2015

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=NhtOzvQxY5Q>

2.3.2.2. Producción

2.3.2.2.1. Dirección de equipo humano

A cargo de la dirección del programa ESPOCH TV se encontraba el “director de comunicación y relaciones públicas” de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, quien conjuntamente con las máximas autoridades de la institución (Rector/a, Vicerrector/a

Académico, Administrativo, Investigación y Postgrado.) eran los encargados de fijar la línea editorial. Las funciones del director también incluyen, supervisar al equipo humano encargado de la producción del programa y aprobar el producto final.

Como productor del programa se encuentra un comunicador social del departamento de comunicación, quien realizaba en conjunto con el diseñador gráfico la etapa de post producción del programa, así también dentro de este departamento existen dos relacionadores públicos, los cuales se encargan de la cobertura de noticias, dividiendo el trabajo, uno como reportero y su compañero como camarógrafo. En la producción también se cuenta con la participación de una presentadora.

2.3.2.2.2. Manipulación de equipos

- ***Equipos***

- ✓ *La cámara de video.* La cual se utiliza en la grabación del programa debió haber sido configurada antes de su uso para la grabación en el formato y tamaño de pantalla en el cual se grabaría para su edición y conversión, el balance de blancos para evitar sobre exposición y corrección en la etapa de post producción.

En el programa ESPOCH TV se logra identificar en varias de sus emisiones, un mal manejo de cámara, el cual produce una sobreexposición de color en las imágenes registradas, con una adecuada utilización de los equipos, este problema técnico se puede evitar.



Figura 5-2: ESPOCH TV programa N°6, Entrevista Lic. Santiago Trujillo.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=NhtOzvQxY5Q>

- ✓ *Micrófono de mano.* Utilizado en la grabación del programa y por ser de tipo omnidireccional, se lo debe proteger contra el ruido ambiental, con una malla en forma de bola para evitar obstrucciones al momento de registrar el audio.

El reportero, al momento de realizar una entrevista debe sujetar correctamente el micrófono, a una cuarta de distancia del entrevistado, tomando como punto de referencia su barbilla. No es correcto, ni estéticamente agradable que el entrevistado sujete el micrófono, para su propia comodidad y evitar que se muestre en pantalla. Actos erróneos mostrados en ESPOCH TV.



Figura 6-2: ESPOCH TV programa N°21, Entrevista Ing. Lorenzo Enríquez.

Fuente: ESPOCH Oficial, https://www.youtube.com/watch?v=_1VNrigVYiU&t=129s

- ✓ *Micrófono corbatero.* El cual se emplea en la presentadora, para las grabaciones de la presentación de cada una de las notas, para el programa ESPOCH TV. Este tipo de micrófono se lo sujeta directamente al locutor o presentador como corbata, para una mejor recepción de audio. El micrófono corbatero se lo utiliza solamente en algunas de las emisiones, más no en todos los programas por lo que se pierde calidad en el registro en el audio.



Figura 7-2: ESPOCH TV programa N°13, Presentadora Espoch tv.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=OW2NRdNwlpA&t=5s>

- ✓ *Luces y rebotadores.* La grabación de este programa es realizada, utilizando el laboratorio de audiovisual de la escuela de Diseño Gráfico, el cual provee de una adecuada iluminación controlada, utilizando dos tipos de luces: incandescentes y fluorescentes, distribuidas en diferentes ángulos del set de grabación, como la luz principal, posterior, de relleno y de fondo. No en todos los programas, se utiliza el laboratorio antes mencionado lo que afecta posteriormente a la calidad de las imágenes utilizadas en el programa.

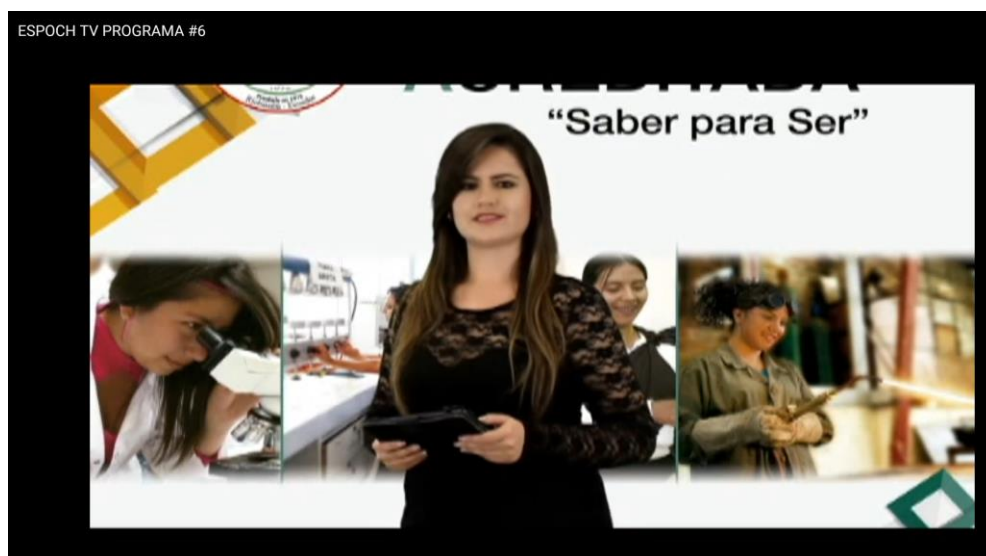


Figura 8-2: ESPOCH TV programa N°6, laboratorio de audiovisual EDG.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=NhtOzvQxY5Q>

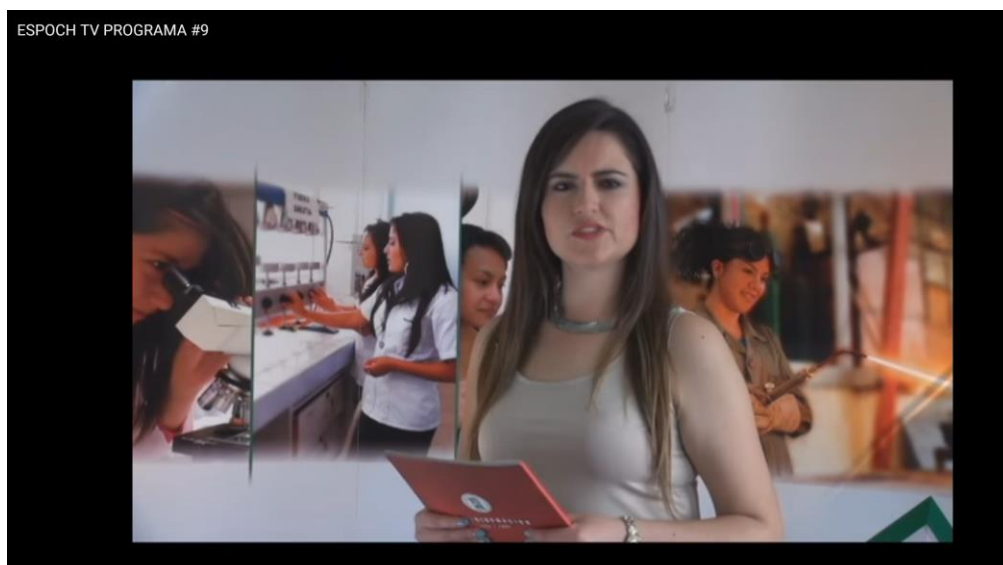


Figura 9-2: ESPOCH TV programa N°9, Presentadora ESPOCH TV, sin laboratorio audiovisual.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=M63Eje7ItWY&t=1056s>

Para que la grabación en exteriores tenga una adecuada iluminación, se necesita de equipos denominados rebotadores de luz, los cuales ayudan a guiar la luz natural que se proyecta sobre la persona que se está grabando, de esta manera evitamos las sombras que se reflejan en el rostro.

Las últimas emisiones son grabadas en exteriores, en las cuales se evidencia la falta de una correcta iluminación, al no utilizar rebotadores.



Figura 10-2: ESPOCH TV programa N°19, Entrevista Ing. Luis Hidalgo.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gvY&t=36s>

- ✓ *El trípode.* Es un soporte, el cual se lo utiliza para la estabilización de la cámara, evitando tomas con una mala aparición a cuadro, con movimientos bruscos o inclinados, cuyas imágenes afectan a la composición de la toma registrada, haciendo muy difícil la corrección de las mismas en la post producción del audiovisual.

En algunos programas de ESPOCH TV, se puede identificar claramente este problema, al no utilizar el trípode.



Figura 11-2: ESPOCH TV programa N°5, oferta académica ESPOCH en Quito.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=3R7su3b-mxc&t=967s>

- ✓ *Consola de sonido.* La cual se emplea para un mejoramiento en la calidad del audio. En el programa ESPOCH TV se la utiliza para las grabaciones de voz en off que se incluían en la descripción de cada una de las notas, en varias emisiones del programa se pueden evidenciar, errores reiterados en el audio.



Figura 12-2: Equipo de producción ESPOCH TV, registrando voz en off.

Fuente: DIRCOM, ESPOCH-2015

2.3.2.2.3. Aparición a cuadro

○ *Escala de planos*

- ✓ Plano panorámico, Gran Plano General o Plano General Largo, se utilizaba generalmente en la producción de programa en coberturas periodísticas, para dar a conocer los lugares donde se realizaban eventos que promovía la institución, así como para mostrar el paisaje de sus extensiones y estaciones experimentales.
- ✓ Plano general, detallaban sucesos en los cuales, personajes de la comunidad politécnica destacaban por sus logros académicos o administrativos, en tales se los mostraba de cuerpo completo o realizando algún tipo de acción.
- ✓ Plano americano, muestra a la presentadora del programa o presentadores de acontecimientos en la institución y personajes entrevistados para exhibirlos a la altura de la rodilla o debajo de ella.
- ✓ Planos Medios, también se lo aplica para ilustrar a entrevistados y presentadores de los hechos noticiosos más relevantes.
- ✓ Primer Plano, en las 22 emisiones que llegó a tener la primera temporada del programa no se hizo usos de esta escala de plano, ya que no se hizo tomas que mostrasen a personas de sus hombros hacia arriba, para visualizar únicamente su rostro.
- ✓ Gran Primer Plano, no se registra esta escala de plano a lo largo de ejecución del programa ya que en ninguna nota aparece parte del rostro de una persona en cuadro.
- ✓ Primerísimo Primer Plano, este tipo de escala de plano que detalla partes específicas del rostro de personas que aparecen en una toma, tampoco se usó en la producción de ESPOCH TV.
- ✓ Plano Detalle, en las visitas y reportajes se lo utiliza para la demostración del funcionamiento de equipos en laboratorios, fabricas, estaciones y exposiciones que se desarrollaban en la ESPOCH.
- ✓ Plano Secuencia, al ser una toma que registra acciones en continuidad y al ser un programa pre grabado, es poco necesario la aplicación de esta escala de plano, el programa ESPOCH tv no registra ningún plano secuencia en su programación. (Novasur, 2017).

- ***Movimientos de cámara***

- ***De desplazamiento:***
 - ✓ Toma Fija, en la mayoría de imágenes que registra el programa, se puede apreciar tomas fijas, en algunos casos existen movimientos bruscos imprevistos, los cuales merman la calidad de las notas.
 - ✓ Paneos, utilizada frecuentemente por el equipo de producción de ESPOCH TV, para dar dinamismo a las imágenes que se registraron en cada una de las notas periodísticas.
 - ✓ Tilt up o Down, este tipo de movimiento de cámara por desplazamiento se utiliza, para mostrar a la audiencia la infraestructura institucional en las cuales se desarrollaban diferentes tipos de exhibiciones académicos y administrativos.
 - ✓ Travelling, nunca se lo utiliza en la programación del noticiero ya que en informativos es muy poco probable el uso de este, el movimiento de cámara, para la cobertura de la noticia que este genera.
 - ✓ Cámara al hombro, al no tener a disposición en el equipo de producción, una cámara de video óptima para la ejecución de este tipo de desplazamiento, fue muy difícil la aplicación de esta técnica en las notas realizadas.
 - ✓ Cámara subjetiva, en este tipo de movimiento, en él se quiere dar al espectador la sensación de que es el quien protagoniza la acción, no fue necesaria la aplicación en ESPOCH TV. (Novasur, 2017)

- ***De lente:***
 - ✓ Zoom o travelling óptico, el zoom in se lo utiliza para mostrar más detalladamente objetos importantes y la manipulación en eventos, ferias y exposiciones, mientras que el zoom out se empleó mostrando planos más generales los cuales daban una visión extensa del acontecimiento noticioso.
 - ✓ Pan Foco, en algunas emisiones se utiliza para diferenciar los objetos con relación al fondo, con el fin de resaltar dicho objeto. (Novasur, 2017)

- *Ángulos de cámara*

- ✓ Normal, no en todas las tomas registradas por los camarógrafos de ESPOCH TV, se encuentran registradas a la misma altura de los personajes entrevistados ni de los objetos que hacen aparición a cuadro, cabe mencionar también, que no en todas las imágenes registradas se respeta la proporción de cielo adecuada para una óptima toma.
- ✓ Picado, las pocas tomas que se encuentran grabadas en ángulo picado, no se las realizaron correctamente ya que la aparición a cuadro posee desfases en plano y movimiento de cámara además de no utilizar soportes para la estabilización de la video cámara.
- ✓ Contrapicado, por la naturaleza de un noticiero informativo, es complicado la utilización de tomas en ángulos contrapicados, ya que estas se realizan desde abajo hacia arriba en un ángulo de 45° limitando al espectador de una imagen clara y objetiva.
- ✓ Cenital, debido a las limitaciones del equipo de producción, no se realiza ninguna toma en el informativo aplicando este tipo de ángulo de cámara. (Novasur, 2017)

2.3.2.3. *Postproducción*

2.3.2.3.1. Edición de audio

Antes de realizar la edición de audio, es necesario un correcto registro, esto configurando los equipos en el formato de grabación, para obtener una mejor calidad de sonido, tanto ya sea con el micrófono de la cámara o tomando otra forma de registro. Es también recomendable a la hora de la grabación que el camarógrafo o quien registre el sonido, utilice auriculares para monitorizar la fidelidad del audio de entrada.

- *Los sonidos*

- La voz, la cual emite la presentadora en la mayoría de programas, se produce en un ambiente controlado por lo que el audio es relativamente bueno, exceptuando los

programas que se realizan en exteriores y no cuentan con un micrófono corbatero para su grabación. (Chávez, 2013)

Sin embargo, la voz en off, la cual se masteriza en una consola de sonido, al momento de la edición no tuvo mayores fallas. Por lo tanto, en los registros de las entrevistas, se producen anomalías, debido a la falta de protección de los micrófonos en uso, esto para evitar que se grabe un audio sin distorsiones, ruidos, ecos y sonidos ambientales, los cuales son muy evidentes en la mayoría de emisiones. (Chávez, 2013)

- El sonido ambiental, el cual en ESPOCH TV se registra en algunas notas periodísticas, fuerte y muy apreciable, este problema se debió haber corregido, evitando grabaciones de audio con el micrófono incorporado en la cámara de video. También se lo puede apagar, en la edición de audio por medio de un software. (Chávez, 2013)
- La musicalización, en ESPOCH TV se la realizaba sólo en el intro y en algunas de las presentaciones de las notas, aquella música no cuenta con la previa autorización para su utilización, infringiendo algunos artículos referentes a la ley de propiedad intelectual, lo cual puede ocasionar problemas legales. El problema más preocupante es una falta de música propia del informativo. (Chávez, 2013)
- Efectos sonoros, los cuales son muy escasos en el programa y de la misma forma que en la musicalización, no es de autoría de ESPOCH TV. Este tipo de efecto solo se aplican en las cortinas que aparecen para dar dinamismo en la mayoría de programas. (Chávez, 2013)
- El silencio. Una parte del lenguaje audiovisual, que provoca sensaciones emotivas en la audiencia, los cuales no se puede observar esta característica en ninguna de las transmisiones del programa politécnico. (Chávez, 2013)

2.3.2.3.2. Edición de video

- Superposición de video, la cual se realiza en un ambiente controlado, por luces y un fondo plano de un sólo color, generalmente verde o azul para mediante un software realizar el (croma), con el cual se logra, colocar una imagen o video de fondo como escenario.

Apenas en una de todas las transmisiones de ESPOCH TV, se usó esta técnica, aplicando la imagen del set de grabación como fondo.

- Composición, a la hora de la edición, debe tener coherencia entre el audio y video, para evitar desfases que afecten la descripción de la nota informativa, desfases no existentes durante el primer año de producción de ESPOCH TV. Así también, se debió evitar la repetición y prolongación excesiva de tomas, cuidando siempre el tiempo de duración de éstas, que para un informativo deberá durar de entre 3 a 5 segundos.

E inclusive se debe, variar más planos, ángulos y movimientos de cámara que puedan aportar mayor dinamismo e interés en la audiencia televisiva.

- Transiciones, dada la naturaleza del programa ESPOCH TV, el cual, en su línea editorial, evoca una imagen seria y responsable, al momento de aplicar transiciones en la edición, esta es simple, rápida y casi imperceptible, para no distraer al espectador y que este pierda el interés de la noticia.

- ***Corrección de color***

- Sobre exposición, es un error a la hora de grabación o manejo de cámara, sucede al no configurar el balance de blancos previamente al rodaje. Lamentablemente en varios programas de ESPOCH TV son evidentes estos defectos, los cuales en la edición de los mismos se puede reducir para no permitir que fuese tan claros, aunque la verdadera solución debe ser la preparación de la cámara de video previo a su producción.
- Matiz, en líneas generales se refiere al estado puro del color, en la postproducción al momento de la edición de video se debe realizar el retoque de matiz, utilizando un software para optimizar y hacer que los colores del material audiovisual sean lo más reales posibles. Ya que en ciertas emisiones se logra apreciar un desbalance en la tonalidad de color.
- Saturación, al añadir tonos de gris en mayor cantidad a un color éste pierde su intensidad y viceversa, de esta manera al realizar la rectificación de saturación en la postproducción del informativo institucional ya que en muchos de los programas se nota esta falencia.

- Brillo, quitando o aumentando luz a un color, mediante la aplicación de tonos de blanco o negro, se debe realizar la corrección de luminosidad, para mermar la notoriedad de brillo excesivo en varias imágenes de la producción de ESPOCH TV.

2.3.2.3.3. Gráfica en pantalla

- Las promociones, son videos cortos que publicitan una programación, proyectando su identidad a fin de vender está a los televidentes. En ESPOCH TV no se realizan las mencionadas promociones por video, exceptuando imágenes de expectativa, las cuales se publican en redes sociales días antes de la emisión del programa.



Figura 13-2: Gráfica promocional expectativa, programa N°16 ESPOCH TV.
Fuente: DIRCOM, ESPOCH-2015

Las carteleras, son clips cortos en los cuales se anuncia el comienzo o el fin de un programa, la producción de los mencionados audiovisuales es de responsabilidad compartida entre la productora y el canal por el cual se transmite, en este caso la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y las cadenas locales: Teve Sultana (TVS, canal 13) y ECUAVISIÓN (canal 29).

Las cuales para ESPOCH TV nunca realizan este tipo de videos cortos. Dentro de la Constitución de

la República del Ecuador y como indica en la Ley Orgánica de Comunicación, se debe indicar tanto al inicio como al fin de los espacios publicitarios, carteleras de aviso que indiquen el comienzo y el término de los mencionados cortes comerciales. (REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p6) Ver Anexo L

En el caso de ESPOCH, las mencionadas carteleras de aviso solo se dan en 3 programas (N°18, 19, 20), las cuales necesitan ser mejor realizados y aplicados en pantalla ya que no proyectan la imagen institucional que se debería al televidente.



Figura 14-2: Cartelera de aviso, programa N°19 ESPOCH TV.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gY&t=36s>

Colgada o mosca, describe clara y precisamente al televidente una acción la cual se dio, se está dando o vaya a darse, esta comúnmente aparece en los extremos superiores de la pantalla como una animación corta, la cual no se utilizó en ESPOCH TV.

Intro, se llama así al clip de video que marca la apertura un programa, el cual en ocasiones también se lo emplea al concluir este. El intro resaltara la línea editorial, temática, identidad e imagen del informativo, resaltando su naming, logo, eslogan y en ciertas circunstancias tomas de archivo.



Figura 15-2: Parte 1, intro ESPOCH TV.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gvY&t=36s>



Figura 16-2: Parte 2, intro ESPOCH TV.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gvY&t=36s>

Titulares, se lo visualiza como un espacio gráfico presentado a la audiencia previa a la emisión, el cual da a conocer los principales hechos a tratar en el informativo. Esta gráfica debe ir en concordancia con la identidad corporativa del noticiario.

Las 22 ocasiones que el noticiario institucional sale al aire, jamás tiene una representación gráfica que mostrase sus principales titulares.

Barra informativa o scroll, se define al soporte horizontal que se ubica en la parte inferior de la pantalla, el cual contendrá texto y acompañado de la identidad corporativa del programa, sirve como soporte para complementar a la noticia. En el noticiario ESPOCH TV el scroll se lo utiliza para colocar los nombres de las personas entrevistadas y dar a conocer las redes sociales de la institución.



Figura 17-2: ESPOCH TV, Programa 16, Scroll.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gY&t=36s>

Over shoulder, en inglés se traduce (sobre el hombro) y se refiere a las imágenes o videos cortos que se utiliza en el momento en cual el conductor/a anuncia la nota o explica un suceso, estas están ubicadas arriba del hombro del presentador. La presentadora de las 22 emisiones de ESPOCH TV no tiene el acompañamiento de imágenes de este tipo, ni tampoco explico la noticia para que estas fuesen necesarias.

Infografías, generalmente acompañadas por la voz en off de los reporteros, las infografías son imágenes o animaciones realizadas con anterioridad que sintetizan la noticia para más digerible a la teleaudiencia. Las mencionadas infografías resultan muy útiles a la hora de ilustrar datos estadísticos, porcentajes y documentos relevantes o la hora de suplir una nota de la que no exista grabación en video, por lo que es incomprensible el que no se ocupan nunca en el informativo de la Politécnica de Chimborazo.

Still, similar al (over shoulder) ya que también se utiliza para que el presentador anuncie la noticia o explique una nota periodística, con la diferencia que un still podrá ocupar mayor espacio en pantalla y no sólo arriba del hombro del presentador/a, incluso todo el ancho de ésta, exceptuando el espacio donde se ubicase el conductor. Gráficas en pantalla que no se usa durante las transmisiones del noticiario.

Duplex o triplex, se nombra así a las gráficas en pantalla que muestran dos o tres videos comprimidos a la vez y distribuidos en una sola imagen, cumplen la función de dar a conocer más información por lo cual, se utiliza en transmisiones en vivo a través de microondas, estos clips podrán ir solos o

complementarse con diseño corporativo. A pesar de que el departamento de comunicación de la ESPOCH tiene uso de esta en redes sociales, la mencionada técnica jamás se utiliza como parte del informativo institucional.

Cortinas, gráficas que servirán como introducción a los diferentes bloques del noticiero, en nuestro caso particular existió únicamente una presentación en el programa 19 de la primera temporada, la cual da a conocer el segmento NOTIESPOCH.



Figura 18-2: ESPOCH TV, Programa 19, Presentación de segmento.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=5CZz0ih9gvY&t=36s>

Separadoras o transiciones, animaciones rápidas las cuales se muestran para dinamizar la programación ya que usaran el naming, logo o mascota en el corto clip ya sea del programa, canal o institución al que se debe. Darán la pauta para la transición entre un tema y otro. En el noticiero politécnico se puede visualizar una transición a partir del programa número 8.



Figura 19-2: ESPOCH TV, Programa 8, Cortina.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=087Xr8V71Ks&t=213s>

Cierre, se considera así a las gráficas las cuales irán acorde con la identidad visual del informativo, y anuncia el final del noticiario. Al final de ESPOCH TV se usa la misma gráfica usada como intro al inicio de la programación.

Créditos finales, en este espacio se muestra brevemente los nombres e identificadores visuales de las personas, departamentos e instituciones que colaboraron o formaron parte de la realización, así como agradecimientos y dedicatorias especiales. A partir del octavo programa se muestran los créditos de ESPOCH TV rápidamente, aunque en todos los posteriores no existe ésta responsiva.

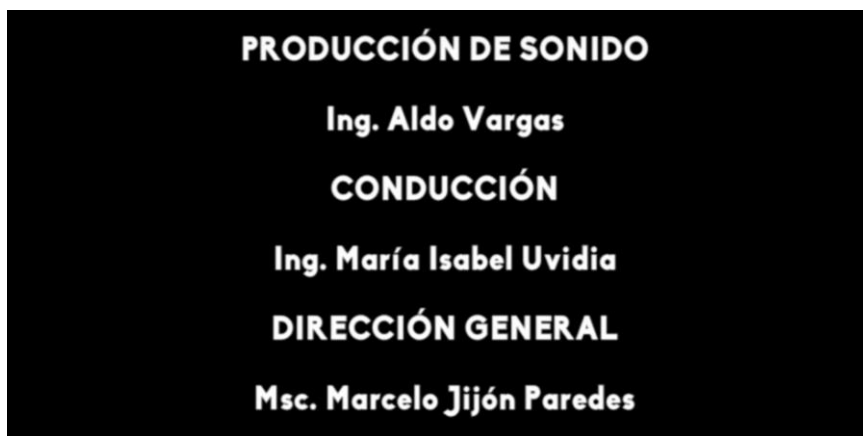


Figura 20-2: ESPOCH TV, Programa 8, Créditos finales.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=087Xr8V71Ks&t=213s>

Cabe mencionar que no se encuentra en la dirección de comunicación y relaciones públicas de la

ESPOCH un manual de identidad corporativa del programa ESPOCH TV, en el que se muestre una normativa para su noticiero.

2.3.2.3.4. Exportación y conversión audiovisual

Formatos, el informativo institucional que analizamos se exportaba en sus inicios en formato (.avi) y a partir del octavo noticiero en formato (.mp4) aprovechando su compresión y disminuyendo el tamaño de archivo, así como también reduciendo significativamente la calidad de sus imágenes.

Tamaños, a pesar de existir una amplia gama de tamaños de alta calidad en el formato (.mp4) el programa ESPOCH TV apenas se renderizaba en 720 x 480, cabe recordar que las cadenas locales por las que se transmitía emiten una señal SD en tamaño 4:3, así al momento de las transmisiones, el informativo no se ajustaba correctamente el espacio en pantalla.

Medios a transmitirse, a pesar de que la exportación audiovisual se realiza una sola vez y en un solo tamaño y formato, esta misma conversión se la utiliza en distintos medios de comunicación en tradicionales y alternativos como en los canales de la provincia TVS, ECUAVISIÓN y en las redes sociales en línea YouTube y Facebook. Error que no permite que el video se ajuste correctamente en pantalla.

2.3.2.3.5. Distribución de contenido

Una vez finalizada la realización del noticiero, el archivo audiovisual era compartido a la cadena TVS para su emisión la cual se da durante toda la primera temporada en 22 ocasiones y una sola vez en el programa N°16 en la televisora ECUAVISIÓN, el informativo también es promocionado como difundido en las redes sociales Facebook, YouTube en los canales oficiales de la institución y en la página web institucional mediante streaming.

2.3.3. *Contenidos*

2.3.3.1. *Credibilidad de la información.*

Dado que en algunos programas del informativo ESPOCH TV, no existen firmas de responsabilidad de la producción de dicho producto audiovisual ni de cada una de las notas periodísticas, por lo tanto,

estas carecen de credibilidad informativa, lo que le resta veracidad a la información y confiabilidad al televidente.

Incluso en ciertos programas se puede observar al finalizar la transmisión, los créditos correspondientes del personal responsable de producción, preproducción y postproducción del informativo.

Es obligación compartida tanto para la productora como para la cadena televisiva, él advertir al telespectador antes de las emisiones de un espacio contratado, la responsabilidad de la información y opiniones generadas dentro de estos espacios, evitando de esta manera conflictos con la SUPERCOM (entidad encargada del control de la información en medios) tanto como para el canal como para los realizadores del programa. Advertencia que jamás se dio en ESPOCH TV.

2.3.3.2. Calidad de la información.

Dado que los contenidos o la finalidad del producto audiovisual, se encuentran estrechamente relacionados con los criterios referentes a la calidad informativa, es necesario y muy importante tener en consideración ciertos aspectos técnicos de la producción ya que con estos se logrará realizar un análisis más profundo.

Citando los créditos de producción, los cuales en este caso no están incluidos al final de las notas, y sólo en algunos al cierre de su emisión televisada. Los resultados obtenidos de la investigación señalan que el informativo presenta una buena calidad en la realización de las notas periodísticas, más no si consideramos sus aspectos técnicos.

2.3.3.3. Mensaje e imagen proyectada.

El objetivo fundamental de ESPOCH TV es el de informar al televidente y comunidad politécnica, con notas periodísticas, para que de este modo la interpretación del mensaje sea la correcta. En el caso de la imagen informativa, es evidente que esta genera curiosidad e incertidumbre al observador, siempre y cuando esta sea de calidad y de la forma más imparcial.

Existe ciertos errores dentro de lo que se refiere a imagen proyectada, específicamente en la gráfica en pantalla, se denota desfases es decir que no existe una línea a la que se sujete la identidad

corporativa del programa.

Entre los errores se tiene la barra informativa que aparece cuando la presentadora menciona las páginas web de redes sociales, donde se puede localizar la promoción y publicación de las emisiones de ESPOCH TV no es constante en su imagen, esto causa que el telespectador se confunda y se plantee sobre el porqué sin previo aviso de la modificación de la gráfica en pantalla la cual cambia en varias de sus emisiones.

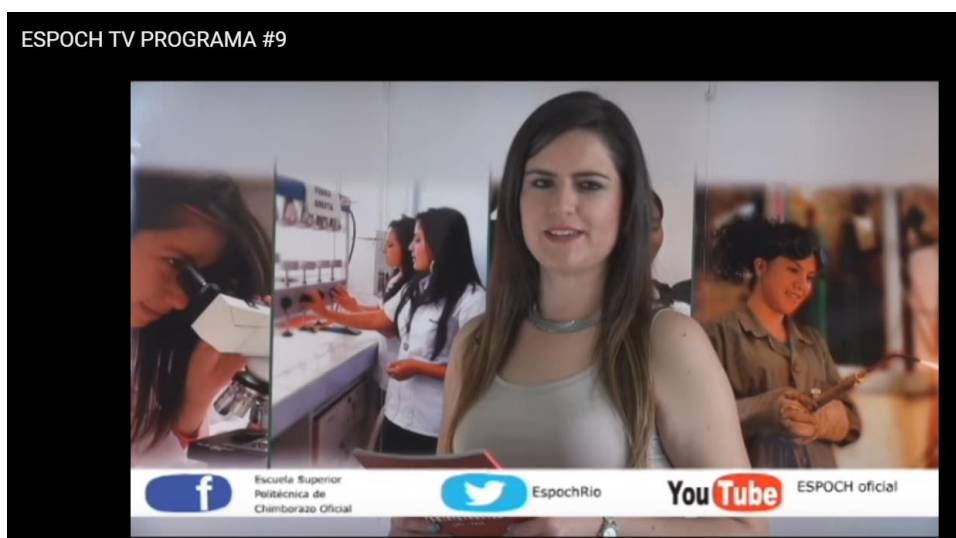


Figura 21-2: ESPOCH TV, Programa #9, barra informativa redes sociales.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=M63Eje7ItWY&t=1056s>



Figura 22-2: ESPOCH TV, Programa #21, cambio de barra informativa.

Fuente: ESPOCH Oficial, https://www.youtube.com/watch?v=_1VNrigVYiU&t=129s



Figura 23-2: ESPOCH TV, Programa #3, barra informativa para entrevistados.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=QqjAVn5i-Rk&t=926s>



Figura 24-2: ESPOCH TV, Programa #8, transformación de la barra informativa.

Fuente: ESPOCH Oficial, <https://www.youtube.com/watch?v=087Xr8V71Ks&t=213s>

2.3.3.4. *Interés Público.*

Para determinar el interés que género el programa informativo ESPOCH TV se utiliza una herramienta de investigación (encuesta) que se la elaborara en línea (Google formularios) dado que en esta plataforma la tabulación de resultados es más rápida y efectiva. La encuesta se aplica a una cantidad indeterminada de personas ya que para el muestreo casual o incidental no se necesita de un

número determinado de sujetos a encuestar y para coordinar esto se realiza un cronograma el cual muestra el lugar, fecha y hora donde se aplicaran las mencionadas encuestas.

- **Resultados de la encuesta**

Pregunta 1: Indique cuál es su papel en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

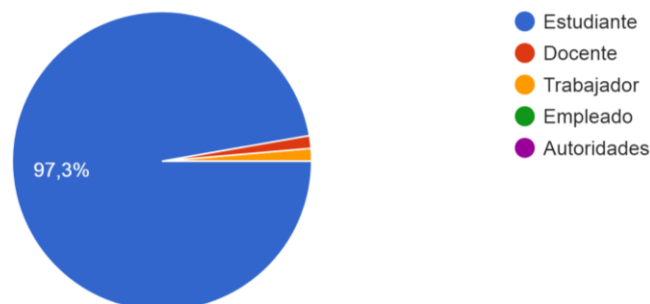


Gráfico 4-2: Resultado de la pregunta 1.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis del resultado: Pregunta obligatoria, al obtener 73 respuestas en las cuales, se muestra una amplia mayoría de personas que cumplen el rol de estudiantes, en un porcentaje de 97,3% seguido por un 1,4% de docentes, y 1,4% de trabajadores, sin encontrar encuestados que agan el papel de empleados y autoridades.

Pregunta 2: Seleccione a que Facultad o Centro de Apoyo al cual pertenece.

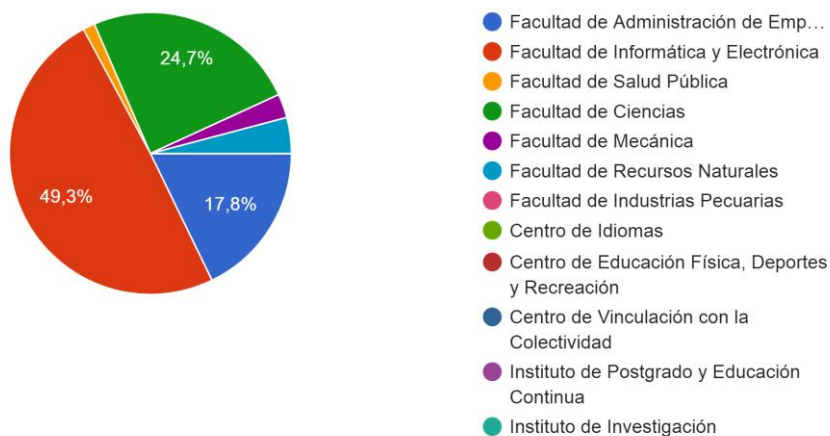


Gráfico 5-2: Resultado de la pregunta 2.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis del resultado: Pregunta obligatoria, se consiguieron 73 respuestas las que indican, una mayoría de encuestados de la Facultad de Informática y Electrónica que acumulan un porcentaje de 49,3%, seguido de un 24,7% perteneciente a la Facultad de Administración de Ciencias y un 17,8% de propio de la Facultad de Administración de Empresas, encontrando un mínimo de personas encuestadas, referentes de las Facultades de Mecánica, Salud Pública, Recursos Naturales y el Centro de Idiomas y encontrando ausencia total de la Facultad de Industrias Pecuarias, el Centro de Investigación, el Ipec, el instituto de Vinculación, el Centro de Educación Física los cuales suman el 8,2% restante.

Pregunta 3: ¿Ha visto usted el Programa Institucional ESPOCH TV?

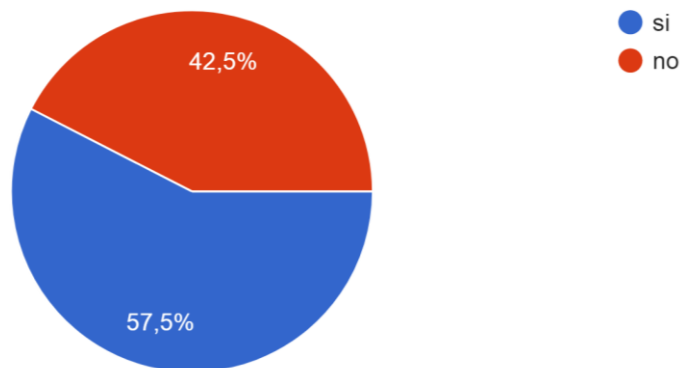


Gráfico 6-2: Resultado de la pregunta 3.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

En esta pregunta se especifica que solo las personas que visualizaron el programa esepoch tv podrían continuar con la encuesta, en cambio los que no lo vieron terminarían el cuestionario hasta este punto. Análisis del resultado: Pregunta obligatoria, de un total de 73 personas encuestadas el 57,5% que representa a 42 individuos sondeados, ah visto el programa institucional Eepoch tv mientras que el 42,5% no visualizó ninguna de estas emisiones.

Pregunta 4: ¿De las 22 emisiones televisadas cuantas pudo observar?

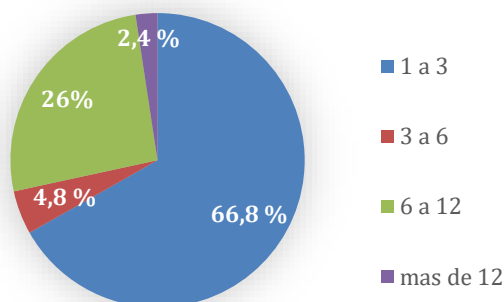


Gráfico 7-2: Resultado de la pregunta 4.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

El porcentaje de personas que vieron de 1 a 3 veces espoch tv fue el 66,8 %, sin embargo no se tomo en cuenta para el analisis ya que lo vieron un pocas veces y no tienen un criterio completo para la calificación de las siguientes preguntas. Se tomo en cuenta solo a las personas que visualizaron el programa de 6 a 12 veces pues estas tendran un mas amplio criterio de los aspectos importantes a analizar.

Análisis del resultado: con una amplia ventaja sobre las demas respuestas, el porcentaje de personas que observarán el programa Espoch tv de 1 a 3 veces es de 66,8% seguida con 26% por las personas que lo vieron de 6 a 12 veces, un 4,8% de encuestados que lo miraron de 3 a 6 ocasiones y tan solo un 2,4 % de los analizados lo vio mas de 12 veces. Dadas las repuestas obtenidas se puedes interpretar que Espoch tv no tubo un seguimiento constante por parte de sus televidentes.

Pregunta 5: ¿Porque medio de comunicación vio el noticiero ESPOCH TV?

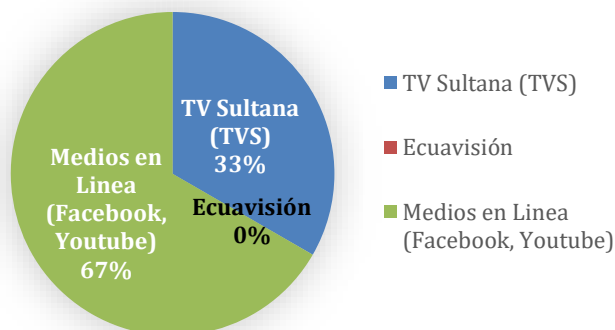


Gráfico 8-2: Resultado de la pregunta 5.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Para este grafico sólo se toma en cuenta a los encuestados que vieron epoch tv de 6 a 12 oportunidades que son 6 personas.

Análisis del resultado: de un total de 26 % de personas encuestadas que vieron el programa, el 66,6% de estos lo miro por medio de redes sociales (Facebook / Youtube), seguido de un 33,3% en la cadena local TVS mientras que ninguno lo vio por la cadena Ecuavisión.

Por las respuestas obtenidas claramente se conoce que a el programa por su difución en redes sociales, más que por sus emisiones en las cadenas locales, ya que estas no eran constantes ni tenian fechas definidas para sus transmisiones, tomando en cuenta que la mayoría de la comunidad politécnica son estudiantes los cuales utilizan mayormente redes sociales.

Pregunta 6: Califique en una escala de 1 a 5, en la cual uno es poco interesante y cinco muy interesante, el interés de las notas periodísticas de ESPOCH TV.

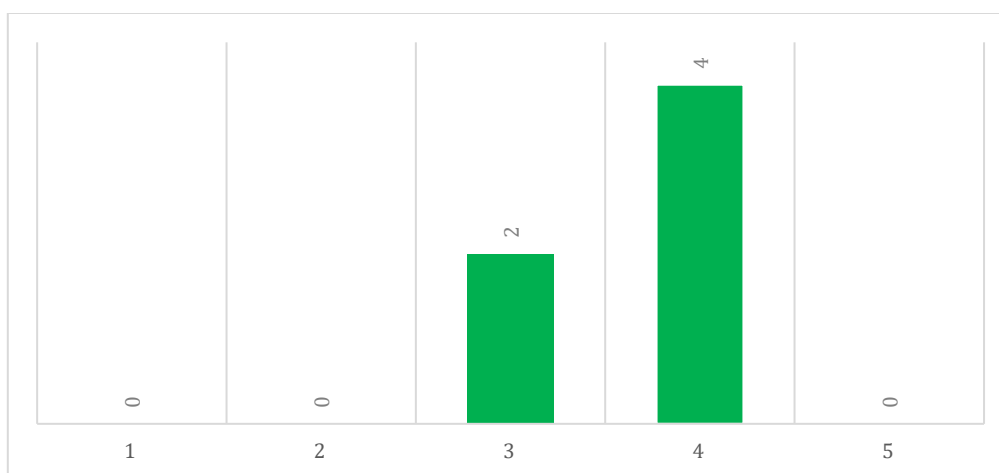


Gráfico 9-2: Resultado de la pregunta 6.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis del resultado: de un total de 26% de peronas encuestados que vieron el programa de 6 a 12 veces, el 66,6 % dan una calificacion de 4/5 a las notas periodisticas dadas en el informativo, mientras que el 33,3 % de las personas sondeadas le dan una nota de 3/5, sin encontrar encuestados que den una calificación de 1/5,2/5 y 5/5 en el interes generado por las notas periodisticas de este noticiero.

Lo que nos da a entender que existe un interes moderado por las noticias que se emitieron en Espochtv.

Pregunta 7: ¿Cómo calificaría usted el contenido de las imágenes (videos, animaciones, etc...) transmitidas en ESPOCH TV?

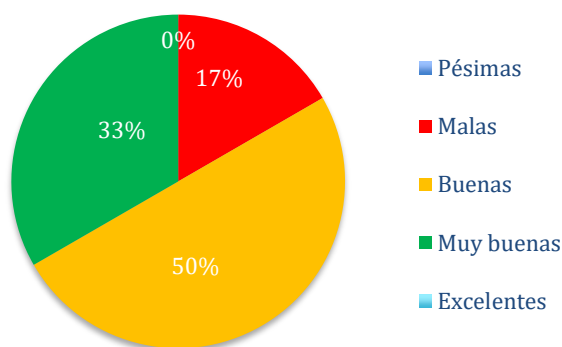


Gráfico 10-2: Resultado de la pregunta 7.
Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis del resultado: de seis personas que vieron la programación de entre 6 a 12 veces, con un resultado de 50% de encuestados califican a al contenido de las imágenes como buenas, el 33% muy buenas y el 17% creen que es de mala calidad y ninguna de las personas que respondieron la encuesta la calificaron como pésimas o excelentes.

Con estos datos se puede decir que la mitad de las personas sondeadas piensan que fueron aceptables las imágenes emitidas por Espoch tv y a pesar que ninguna de ellas la califico como pésimas, tampoco ninguna de estas la califican como excelente, lo que nos da a entender que queda mucho por mejorar.

Pregunta 8: ¿Cree usted que en las noticias del programa ESPOCH TV, se investigaron temas importantes para la institución?

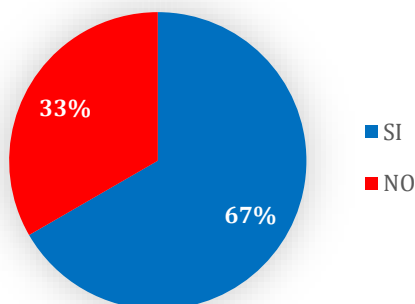


Gráfico 11-2: Resultado de la pregunta 8.
Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Se toman en cuenta las respuestas de las personas que vieron el programa de entre 6 a 12 veces las cuales suman una muestra de 6 encuestados.

Análisis del resultado: de un total de 67% de encuestados mencionan que las noticias investigadas fueron importantes, en cambio el 33% restante cree que no fue así. Lo que nos indica que si existen temas importantes en las transmisiones del informativo institucional.

Pregunta 9: ¿En qué aspectos del programa ESPOCH TV cree usted que hubo errores?

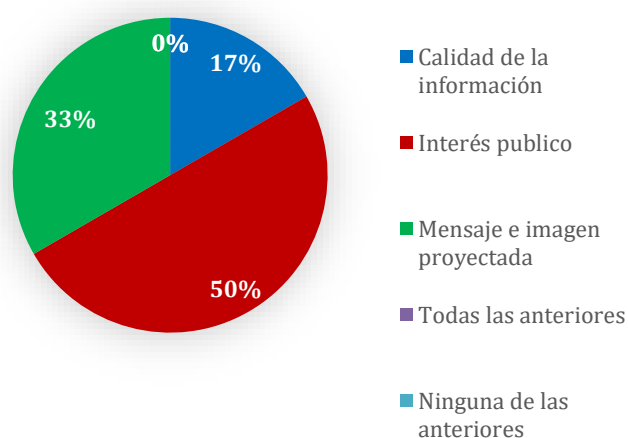


Gráfico 12-2: Resultado de la pregunta 9.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

De las seis personas que observaron el programa creen que el interés público es el aspecto en el cual tiene más errores.

Análisis del resultado: al obtener datos de las encuestas, dan como resultado que el interés público con 50 % es el aspecto en el que hubo más errores para la audiencia, seguido por el 33 % en mensaje e imagen proyectada, y en 17 % en la calidad de la información..

Pregunta 10: ¿Considera usted que ESPOCH TV cumplió con su misión de informar a la comunidad politécnica?

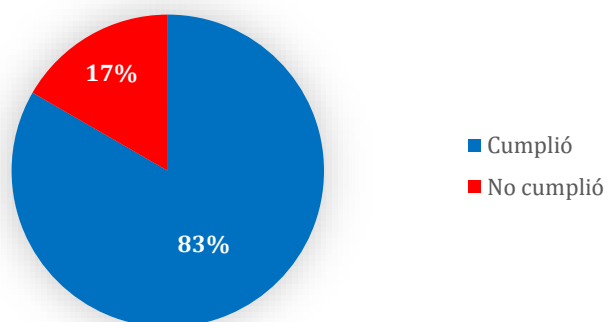


Gráfico 13-2: Resultado de la pregunta 10.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis de resultados: de un total de 6 personas encuestadas las cuales visualizaron el informativo institucional, el 83% de estas creen que las transmisiones de ESPOCH TV si cumplen con la misión de informar a la comunidad politécnica sobre los principales acontecimientos de la institución. No así el 17 % quienes consideran que no cumple.

Pregunta 11: ¿Considera usted que deba seguir emitiéndose el programa institucional ESPOCH TV?

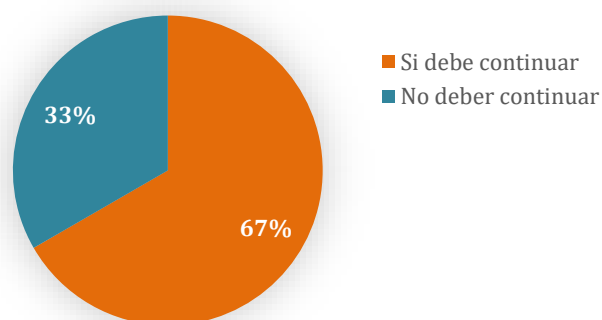


Gráfico 14-2: Resultado de la pregunta 11.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis de resultados: con un promedio del 67 % de 4 personas que observaron ESPOCH TV creen que el programa institucional de la ESPOCH se debe seguir realizando, contra apenas un 33 % de las encuestadas es decir 2 personas desaprueban la continuidad de este noticiero.

Pregunta 12: ¿Se identificaba usted con la imagen que proyectaba la institución a través informativo ESPOCH TV?

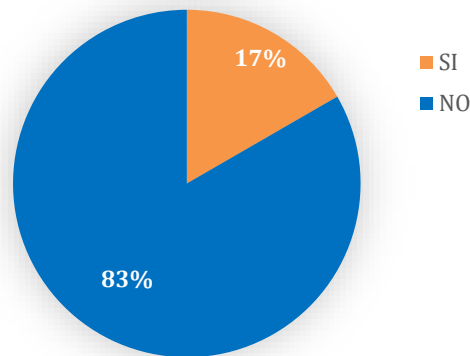


Gráfico 15-2: Resultado de la pregunta 12.

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

Análisis de los resultados: No se identifican con la imagen que proyectó durante el año 2015 el noticiero institucional ESPOCH TV un 83% de los encuestados, contra un 17 % de personas de la comunidad politécnica los cuales respondieron que si se identificaban.

Como resultado de las encuestas realizadas se puede determinar que hay un muy bajo interés por parte de la comunidad politécnica en el programa ESPOCH TV de la misma forma y dado que la muestra de personas que observaron el programa en rango de 6 a 12 veces, que apenas llego a 6 personas de un total de 73 encuestados como muestra, las cuales tienen un criterio sólido para evaluar los aspectos a calificar del programa.

En base a los resultados encontrados la muestra es muy ínfima, por ello no se puede establecer que los datos obtenidos sean confiables.

2.3.3.5. Estructura del programa de noticias.

Al realizar el análisis de cada una de las emisiones se puede verificar la estructura que tuvo la primera temporada del informativo institucional, en el cual no existe una igualdad en el lapso de producción, e incumple la planificación del canal, por falta de planificación de la estructura del programa a cargo de la productora.

Tabla 8-2: Estructura del programa ESPOCH TV.

Estructura	Duración promedio
Intro del programa	1'30''
Bienvenida	0'45''
Cortina	0'40''
Presentación primera nota	0'40''
Primera nota	1'40''
Presentación segunda nota	0'40''
Segunda nota	1'40''
Cortina	0'40''
Presentación tercera nota	0'40''
Tercera nota	1'40''
Primer espacio publicitario	0'40''
Presentación cuarta nota	0'40''
Cuarta nota	1'40''
Presentación quinta nota	0'40''
Quinta nota	1'40''
Cortina	0'40''
Presentación sexta nota	0'40''
Sexta nota	1'40''
Segundo espacio publicitario	0'40''
Presentación séptima nota	0'40''
Séptima nota	1'40''
Presentación octava nota	0'40''
Octava nota	1'40''
Cortina	0'40''
Presentación novena nota	0'40''
Novena nota	1'40''
Presentación décima nota	0'40''
Décima nota	1'40''
Despedida	0'45''
Intro	1'30''
Total promedio:	31'10''

Fuente: Mañay D., Tigse E., 2017.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS

3.1. Manual técnico audiovisual para un programa informativo

3.1.1. Aspecto legal.

3.1.1.1. Registro de propiedad intelectual

Se considera importante el registro de propiedad intelectual tanto como para que la institución, como para los productores de cualquier contenido audiovisual, para establecer responsabilidades de todo el trabajo a realizarse, así también patentar los derechos de autor a los cuales están sujetos estas piezas gráficas, según establece la constitución de la República del Ecuador y la ley Orgánica de Comunicación.

- **Naming:** para el registro del nombre se debe establecer para quien esta realizado dicho producto además del profesional responsable de su realización, patente que previa la autorización de las autoridades responsables se la inscribirá en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- **Isologo:** previa realización y aprobación del manual de identidad corporativa se podrá inscribir el logo sus diferentes usos y aplicaciones en el (IEPI) donde esta otorgará la licencia para la empresa o institución quien haga uso del producto y el o los propietarios de los derechos de autor.
- **Obra audiovisual:** según el (IEPI) la persona natural o jurídica titular de la obra audiovisual, es quien tiene los derechos patrimoniales o de autor, así también la misma será responsable de todos los contratos con personas o entidades que intervengan en la producción de dicha obra.

En este caso de instituciones previo registro (IEPI) es de responsabilidad de la mencionada y sus productores responsables de los contenidos que se transmitan, así como de sus derechos de autor, los cuales son constantemente monitoreados por la máxima autoridad de comunicación (Superintendencia de comunicación).

3.1.1.2. Clasificación de los contenidos

- **Regulación de contenidos:** para efecto de lo decretado en la Ley de Comunicación, se debe mostrar ante los telespectadores su contenido al comienzo de su transmisión, indicando que los contenidos a tratarse son de carácter informativo con la letra (I), de igual forma señalando el inicio y al final de sus espacios publicitarios.
- **Audiencias y franjas horarias:** para cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación se debe establecer uno de los tres tipos de audiencias: familiar, responsabilidad compartida y adultos.

Por la naturaleza del noticiero informativo se debe establecer a qué tipo de audiencia va a ser transmitida la programación, para que de esta forma identificar el tipo de clasificación al que pertenece “A” (Apto para todo público) dentro del horario de 06h00 a las 18h00 o de responsabilidad compartida de clasificación “B” (Bajo la supervisión de un adulto) dentro del horario de 18h00 a 22h00, lo cual se deberá informar previamente a la audiencia antes del inicio del programa. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013, p 12,13)

3.1.1.3. Programación de contenido nacional independiente

Se considera que el contenido de un programa informativo es de producción nacional independiente, cuando la mayoría del equipo humano encargado de la producción sea de nacionalidad ecuatoriana, a efecto de esto se puede determinar que su contenido o programación es completamente nacional independiente como indica en la Ley Orgánica de Comunicación. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 17).

3.1.1.4. Protección a menores

Para la producción de una obra audiovisual es importante tomar en cuenta que como establece en la

ley de comunicación no pueden aparecer en esta, menores de 16 años sin el consentimiento de su tutor o quien ejerza su patria potestad bajo ningún concepto ni excepción, lo que será controlado por la (SUPERCOM), la misma que establecerá las sanciones del caso. (REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 21.)

3.1.2. Aspecto técnico

3.1.2.1. Preproducción

Es la etapa anterior a la realización de un programa en la cual, se planea todo lo a realizarse durante la ejecución de una obra audiovisual.

3.1.2.1.1. Planificación

Es necesario para toda obra audiovisual una vez cumplidos los requerimientos legales establecidos en el país, el disponer de una adecuada planificación en la cual se establezca como, cuando, quienes y que se necesitara para su realización.

- **Concepto:** es la idea en la cual se va a basar la planificación para la realización del programa.
 - **Segmentación:** determina el público objetivo tomando en cuenta sus características geográficas, demográficas y conductuales de las personas a las cuales va estar dirigido el proyecto.
 - **Naming y eslogan:** naming es el nombre que llevara el programa como marca producto y como su complemento para reforzar su imagen, se deberá establecer un eslogan siendo una frase corta, fácil de recordar y que genere identidad.
 - **Identidad corporativa:** es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una empresa en este caso de un programa de televisión, y para su correcto uso es necesario la aplicación del manual de identidad corporativa.
- **Manual de identidad corporativa para un programa audiovisual**
 - **Introducción**

- ***Información básica sobre la empresa (productora audiovisual), filosofía corporativa***
Se debe especificar a lo que se dedica, su fundación, misión, visión, políticas de calidad, objetivos y normas por las que se rige.
- ***Objetivos del manual de identidad visual corporativa***
Seguir una línea gráfica única y propia que identifique a la empresa y se diferencie de las demás fortaleciendo su prestigio y reconocimiento.
- ***Bases de la identidad visual y aplicaciones en pantalla***
 - ***Logotipo***
Se define como un símbolo formado únicamente por tipografías y cumple la función de identificar a una empresa o institución.
 - ***Símbolo o isotipo***
En base a los valores, atributos y personalidad que posee la empresa estos se sintetizan en una imagen o símbolo para que representen y reflejen dichas características al público.
 - ***Logo símbolo monocromático positivo en pantalla***
Para realizar este tipo de logotipo es necesario el mancharlo (tinturarlo) en su totalidad, sin gradaciones ni sombreados es decir en colores planos, pero hay que trabajar en él creativamente para que no se pierda el diseño original.
 - ***Logo símbolo monocromático negativo en pantalla***
Es el efecto contrario del anterior mencionado en el cual su espacio en blanco (positivo) pasa a ser negro (negativo) esto se debe realizar equilibradamente para evitar cambios en el logotipo.
 - ***Logo símbolo a color / color corporativo en pantalla***
En este apartado el logotipo debe estar conformado por los colores que identifican a la empresa o institución para que de esta forma no se pierda la identidad y se refleje en la marca, se deberá especificar su cromática en formato digital RGB.
 - ***Construcción geométrica / área reservada***
Hay detalles importantes que crean una excelente identidad visual y para ello se necesita de una correcta construcción geométrica de los elementos que conforman el logotipo, profesionales en diseño gráfico aplican una técnica llamada factor X,

mientras que el área reservada delimita el espacio a rededor del logo que no puede ocuparse para su correcta aplicación y reproducción.

- ***Escala dimensional en pantalla***

Es el tamaño mínimo de escala a aplicarse en el logotipo ya vectorizado en pantalla, dependerá del uso que se lo vaya a dar además esta modificación debe ser muy legible a la vista del espectador y en su aspecto, relación para que se acople a su medio difundido ya sea 4:3, 16:9 o SD, HD.

- ***Tipografías corporativas***

La selección e implementación de una adecuada tipografía, genera un reconocimiento de la marca y crea una identidad corporativa de la empresa o institución consistente, se deberá tener por lo menos tres familias tipográficas completas para el uso correcto de su identidad corporativa.

- ***Rotaciones y transformaciones permitidas en pantalla***

El cambio de rotación o transformaciones que se le dé al logotipo no deberá influir en su estructura y para evitar estos posibles problemas un cambio adecuado de dirección de la marca es lo ideal, las transformaciones que se le apliquen al logotipo no deberán afectar su correcta visualización

- ***Usos incorrectos en pantalla***

Se deberá restringir los usos gráficos inadecuados, estos serán los que permitan que la marca pierda su escénica y originalidad asociándola con otros símbolos o significados.

- ***Aplicaciones gráficas impresas***

- ***Papelería corporativa***

La empresa para su promoción e identificación corporativa, requiere que los útiles de oficina y demás implementos que se ocupan dentro de su administración, estén etiquetados con la identidad gráfica.

Dentro de la papelería corporativa los de mayor uso son el sobre, las hojas membretadas, tarjeta de presentación, factura entre otros.

- ***Aplicaciones para gráficas***
 - ***Uniformes***

Para la identificación del personal de la empresa y su promoción corporativa, es necesario el uso de uniformes en los que se refleje la imagen institucional, tanto con uniformes casuales, formales y deportivos según la ocasión.
 - ***Vehículos***

Si la empresa posee vehículos para el uso exclusivo para sus actividades comerciales, estos se deberán identificar con la imagen que proyecte la empresa.
 - ***Banderín (roll-up)***

Para su promoción y muestra en eventos y actividades fuera de la empresa se utilizara a manera de soporte BTL un roll-up que lleve la imagen de la empresa y la información acerca de los servicios o productos que se ofrecen.
 - ***Productos promocionales***

Más comúnmente conocidos como souvenirs son recuerdos o utilitarios que la empresa fabrica para su promoción, estos son obsequios que se los entregan al público dentro o fuera de la empresa.
- ***Aplicaciones arquitectónicas y ambientales***
 - ***Rótulo de fachada***

Como parte del merchandising de la empresa, en arquitectura exterior es indispensable la identificación del edificio donde funcione ésta, mediante un rotulo que contenga su identidad visual así también en su fachada, entrada y en el caso de existir un escaparate.
 - ***Señalética: señal referencial, señal(es) indicativa(s), señal direccional***

Con el afán de identificar departamentos, zonas, lugares de trabajo, servicios y demás lugares donde se encuentren en actividades tanto al interior como al exterior del edificio donde funcione la empresa, es necesario un correcto plan señalético con la identidad visual de la empresa.
- ***Duración y Horarios***

Es necesario establecer el tiempo de duración que tendrá el programa audiovisual para una correcta planificación antes de su estructuración, así también establecer la cantidad de

programas que tendrá el proyecto, los días y la hora en que se transmitirán.

- ***Difusión del producto***

Previo al estudio de segmentación de mercado y una vez establecido el público objetivo se debe decidir los medios por los cuales se emitirá el programa, ya sean estos convencionales como televisión o no convencionales como redes sociales o televisión en línea.

3.1.2.1.2. Estructura

- **Línea editorial**

Línea editorial hace referencia a los principios y valores por los que se rige la actividad periodística dentro de un medio de comunicación, interpretándolo como su ideología la que es definida por su productora y sus responsables, los que expresaran sus intereses, pensamientos y criterios para hacerlos llegar a la audiencia. Además se reflejara en el tiempo, la relevancia y el seguimiento que le preste a determinada información.

La línea editorial del programa se verá reflejada en la editorial dictada por un presentador, críticas, notas periodísticas y comentarios, esta se establecerá de acuerdo con el mejor criterio de sus productores o autoridad máxima.

- **Estructura del programa**

Para completar la planificación de un programa de noticias es necesario tener una estructura técnico audiovisual que regule los tiempos de duración en pantalla de todas las gráficas, notas y presentaciones por cada emisión.

El siguiente es un ejemplo de una estructura técnico audiovisual que regulará los tiempos estimados de duración para un programa informativo de 30 minutos en la República del Ecuador.

Tabla 1-3: Estructura técnico audiovisual.

Estructura	Duración
Cartelera informativa (responsabilidad compartida)	0'20''
Cartelera informativa (clasificación)	0'20''
Titulares	1'00''
Intro del programa	1'00''
Bienvenida (presentador/a)	0'30''
Cortina (promocional)	0'30''

Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación primera nota	0'15''
Primera nota	1'15''
Presentación segunda nota	0'15''
Segunda nota	1'15''
Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación tercera nota	0'15''
Tercera nota	1'15''
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	0'20''
Primer espacio publicitario	2'00''
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	0'20''
Presentación cuarta nota	0'15''
Cuarta nota	1'15''
Cortina (promocional)	0'30''
Presentación quinta nota	0'15''
Quinta nota	1'15''
Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación sexta nota	0'15''
Sexta nota	1'15''
Espacio de opinión	2'00''
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	0'20''
Segundo espacio publicitario	2'00''
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	0'20''
Presentación séptima nota	0'15''
Séptima nota	1'15''
Cortina (promocional)	0'30''
Presentación octava nota	0'15''
Octava nota	1'15''
Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación novena nota	0'15''
Novena nota	1'15''
Cortina (promocional)	0'30''
Presentación décima nota	0'15''
Décima nota	1'15''
Despedida (presentador/a)	0'30''
Cierre	1'00''
Créditos finales	1'00''
Total, promedio:	30'

Realizado por: MANAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

Este modelo de estructura podría variar en sus tiempos, dependiendo del medio de comunicación en el que vaya a transmitirse y sus políticas de tiempo de publicidad por hora de programación, de la misma forma podría cambiar en los tiempos de duración que se le dé a cada una de las gráficas en pantalla, la cantidad y duración de sus notas y la línea editorial que manejen sus productores.

- ***Equipos y herramientas***

Para la realización de un programa informativo es necesario el disponer de estos equipos y herramientas, y aunque no todos son indispensables esto dependerá si se transmite pregrabado o en vivo dependiendo del medio de comunicación.

- ***Set de grabación y coberturas***

- Cámaras de vídeo de estudio
- Cámaras ligeras de equipos móviles
- Sistema de iluminación
- Micrófonos
- Teleprompter
- Cortina para efecto croma key
- Soportes
- Grúas
- Dolly
- Drone. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- ***Sala de control***

- Tricaster
- Magnetoscopios
- Un terminal remoto de magnetoscopios.
- Un monitor de vídeo.
- Un generador de sincronismos.
- Matriz de conmutación o paneles de conexión video-audio.
- Amplificador.
- Mesa de edición de video.
- Mesa de edición de audio.
- Ordenadores para edición de video.
- Servidor de vídeo en web.
- Tituladora. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- ***Personal***

- ***Área de producción.***

- Productor ejecutivo
 - Diseñador audiovisual
 - Asesor de contenido
 - Guionista
 - Productor
 - Asistente de producción
 - Director de cámaras o realizador
 - Asistente de dirección o realización
 - Director de escena
 - Continuista o raccord
 - Jefe de piso
 - Presentador
 - Reporteros. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- ***Área técnica***

- Director técnico
 - Switcher
 - Camarógrafo
 - Operador de audio
 - Microfonista
 - Iluminador
 - Operador del control de video
 - Operador de efectos digitales de video
 - Operador de titulador o generador de caracteres
 - Editor técnico
 - Escenógrafo
 - Montadores y pintores
 - Utilero
 - Diseñador gráfico
 - Maquillista
 - Vestuario. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

De acuerdo al tipo de programa que se realiza se puede optimizar el personal de la lista anterior tomando en cuenta el medio a transmitirse, la infraestructura del set, el tamaño del proyecto si es en vivo o pregrabado y la disponibilidad del presupuesto.

- ***Plan de rodaje***

En el plan de rodaje se toma en cuenta todos los detalles referentes al trabajo que se produce, el mismo que puede ser diseñado por el productor o su equipo de trabajo.

El plan de rodaje está compuesto por una estructura, la misma que se debe ejecutar manteniendo un orden en el proyecto, en este se desglosa en todas sus partes, actores, extras, vestuario, locaciones, equipos técnicos, personal, logística, escenografía, utilería, transporte y todo lo que se requiera para la producción, de allí se parte para empezar la grabación.

El siguiente es un ejemplo de un plan de rodaje para un programa de televisión, el cual puede variar dependiendo de productor o el profesional que le elabore.

Tabla 2-3: Formato plan de rodaje.

PLAN DE RODAJE		
TÍTULO: _____		FECHA:
PRODUCTORA AUDIOVISUAL: _____		HORA: DESCANSO:
		PÁGINA DEL GUIÓN: SECUENCIA SEGÚN EL GUIÓN:
INTERIOR:	<input type="checkbox"/>	ESCENA NOMBRE: _____ NÚMERO: _____ DESCRIPCIÓN: _____ _____ _____ _____ _____ _____
EXTERIOR:	<input type="checkbox"/>	
DÍA:	<input type="checkbox"/>	
NOCHE:	<input type="checkbox"/>	
EQUIPO DE PRODUCCIÓN		HORA DE CITACIÓN
DIRECTOR/A:		TOMAS:
PRODUCTOR:		
FOTOGRAFÍA:		
CAMARA:		
SONIDO:		

ESCENARIO: MAQUILLAJE: VESTUARIO: PRESENTADORES: INVITADOS: ASISTENTES:		
		PLANO:
EQUIPOS PARA LA ESCENA		EQUIPO TÉCNICO
LOCACIONES		UTILERÍA PARA LA ESCENA
OBSERVACIONES: _____ _____ _____		
FIRMA DEL DIRECTOR		FIRMA DEL PRODUCTOR

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- ***Presupuesto***

Los siguientes cuadros de presupuesto están basados en costos referentes dados de una plataforma de compras en línea (Amazon) y al salario promedio para profesionales en la República del Ecuador para mayo de 2017.

Los costos de los equipos que se presenta a continuación están sujetos a variar dependiendo de impuestos establecidos de importación, fecha de adquisición, marca, modelo u otras características, y los salarios variaran dependiendo de empresas o entidades públicas o privadas que hagan uso de estos servicios profesionales.

Tabla 3-3: Cuadro de presupuestos.

<i>Área administrativa</i>	<i>Mensual</i>	<i>Costos \$</i>
• Estudio de grabación	1	1.000.00
• Servicios básicos	1	150.00
• Útiles de oficina	1	50.00
• Transporte	1	1.500.00
• Secretaria (salario)	1	700.00
• Conserje (salario)	1	500.00
		3.900.00

<i>Set de grabación y coberturas</i>	<i>Unidades</i>	<i>Costos</i>
• Cámaras de vídeo de estudio	2	4.600.00
• Cámaras ligeras de equipos móviles	2	2.200.00
• Sistema de iluminación	1	480.00
• Micrófonos estudio	6	1.030.00
• Micrófonos exteriores	2	230.00
• Teleprompter	1	450.00
• Cortina para efecto Croma Key	1	160.00
• Soportes	6	360.00
• Grúa	1	520.00
• Dolly	1	480.00
• Drone	1	1.200.00
		11.710.00

<i>Sala de control</i>	<i>Unidades</i>	<i>Costos</i>
• Tricaster	1	6.500.00
• Discos de almacenamiento externos	2	450.00
• Monitores de vídeo.	3	3.600.00
• Generador de sincronismos.	1	400.00
• Matriz de conmutación o paneles de conexionado vídeo-audio	1	250.00
• Amplificador.	1	600.00
• Mesa de edición de video.	1	7.000.00
• Ordenadores para edición de video.	2	5.600.00
• Mesa de edición de audio.	1	3.000.00
• Servidor de vídeo en web.	1	1.800.00

		29.200.00
--	--	-----------

<i>Área de producción.</i>	<i>Profesionales</i>	<i>Salario (mensual)</i>
• Productor ejecutivo	1	3.200.00
• Diseñador audiovisual	1	2.350.00
• Asesor de contenido	1	1.250.00
• Guionista	2	1.800.00
• Productor	1	2.800.00
• Asistente de producción	1	800.00
• Director de cámaras o realizador	1	1.400.00
• Asistente de dirección o realización	1	1.000.00
• Director de escena	1	1.200.00
• Continuista o raccord	1	800.00
• Jefe de piso	1	1.200.00
• Presentadores	2	2.400.00
• Reporteros	3	3.600.00
		23.800.00

<i>Área técnica</i>	<i>Profesionales</i>	<i>Salario</i>
• Director técnico	1	1.800.00
• Switcher	1	1.600.00
• Camarógrafo	4	4.800.00
• Operador de audio	1	1.200.00
• Microfonista	1	1.200.00
• Iluminador	1	900.00
• Operador del control de video	1	1.200.00
• Operador de efectos digitales de video	1	1.200.00
• Operador de titulador o generador de caracteres	1	1.200.00
• Editor técnico	2	2.400.00
• Escenógrafo	1	1.400.00
• Montadores y pintores	2	2.400.00
• Utilero	2	1.800.00
• Diseñador gráfico	1	1.500.00
• Maquillista	1	900.00
• Vestuario	1	900.00

		26.400.00
--	--	-----------

<i>Área</i>	<i>costo</i>
Área administrativa	3.900.00
Set de grabación	11.710.00
<i>Sala de control</i>	29.200.00
<i>Área de producción.</i>	23.800.00
Área técnica	26.400.00
TOTAL	96.010.00

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

3.1.2.1.3. Cobertura de noticias

Para una cobertura periodística los reporteros deberán estar libres y dispuestos a realizarla en el momento preciso que se genere la noticia, y al igual que tomar una fotografía el reportero debe captar la información en una libreta de notas, llevando un registro de los acontecimientos suscitados procurando detallar todos los aspectos de la noticia y resaltando los más importantes.

El reportero debe ser claro y transparente, indicando a las personas que es lo que busca de sus entrevistas, estableciendo una conversación amena y de respeto con el fin de ganar la confianza del entrevistado, si se conoce de ante mano un suceso noticio el reportero deberá agendar el suceso y ser el primero en llegar y el ultimo en retirarse.

Es importante para el reportero de un programa informativo acompañarse de un camarógrafo quien filme todas la información en audio y video, siendo el reportero quien guie al camarógrafo para registrar todas las tomas necesarias de la noticia. Es de criterio del reportero escoger a los protagonistas o testigos de los sucesos para que aparezcan en pantalla, contestando preguntas claras, cortas y concretas referentes a los hechos noticiosos.

El camarógrafo es el responsable del registro en audio y video a la hora de la cobertura de la noticia, el cual debe tener suficiente material audiovisual en distintas escalas de planos, ángulos y movimientos de cámara a ser utilizados para la edición y postproducción de la nota periodística, cubriendo completamente la noticia desde donde se dieron los hechos, donde comenzó y hasta como concluyo.

Una vez completa la cobertura de la noticia el reportero debe redactarla y crear un guión para la edición audiovisual, donde aparece su voz en off acompañado las imágenes registradas por el camarógrafo, en conjunto son los encargados de producir la nota periodista que se presentará en el programa. Así también el reportero deberá elaborar un guión donde sintetice la información de la noticia, para la presentación de la nota periodística.

3.1.2.1.4. Redacción y guiones

Toda obra audiovisual a realizarse necesita de un guión ya que sin este es más difícil y costosa la producción del programa, a partir del guion sea literario o técnico se definen las necesidades de materiales, herramientas y personal necesario a emplearse en la grabación.

En un programa informativo es necesario la elaboración de un guion literario para sus entrevistas y reportajes, el cual se elabora a partir de la cobertura y servirá como guía para la voz en off a montarse en la noticia, un guión técnico para editar tomas realizadas en los sucesos noticiosos que aparecerán en la nota periodística, siempre que el noticiero se lo realice pre grabado y los guiones técnicos y literarios para la producción del programa ya sea este en vivo o con material de archivo.

- ***Fases para la elaboración de un guión.***

- ***Idea:*** es la base para la elaboración de un guión, y es una rápida descripción de lo que trata la noticia. Esta puede partir de una idea original o tomada de otra fuente, si es de otra fuente deberá estar sujeta a la consideración de los derechos de propiedad intelectual, en el caso de noticias se debe citar de donde se obtuvo la información. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)
- ***Argumento:*** es el desarrollo de la idea para llegar a narrar todos los detalles, se la deberá tratar en tiempo presente detallando los acontecimientos, escenarios y personajes principales involucrados en la historia. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)
- ***Sinopsis:*** muestra la estructura narrativa de la historia, hace referencia al desarrollo ordenado, esquemático y completo del argumento, incluyendo todos los acontecimientos importantes y hasta donde se desarrolló la noticia generada. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)
- ***Tratamiento:*** es el desarrollo de las acciones posterior a la argumentación o sinopsis, en el cual hace referencia a los lugares o comportamientos de personas y como quedan

definidos. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)

3.1.2.2. Producción

3.1.2.2.1. Dirección de equipo humano

Para una correcta distribución de actividades del personal que se encuentre en la etapa de producción de un programa de tv, se debe tener en cuenta estos puntos importantes.

- **Área de producción**
 - **Productor ejecutivo:** gestiona y evalúa las ideas para la realización de proyectos audiovisuales, se encarga de la gestión administrativa y reúne los profesionales y el equipo para la producción de acuerdo a los presupuestos.
 - **Diseñador audiovisual:** diseña el producto audiovisual desde su idea hasta la presentación en pantalla mediante una estructura organizada.
 - **Asesor de contenido:** es experto del tema que trata el programa y se encarga de que la producción audiovisual vaya de acuerdo al tema.
 - **Guionistas:** elaboran los guiones técnicos y/o literarios tanto del presentador/a y del programa informativo que se emitirá.
 - **Productor:** profesional experto en realizar tareas de preparación y desarrollo de cualquier tipo de programa televisivo a demás gestiona los recursos económicos, técnicos y humanos y sobre todo también debe estar al tanto en lo respecta a relaciones públicas.
 - **Asistente de producción:** representa al productor en todas las actividades operativas en las cuales éste no puede estar presente y realiza un registro de todas las actividades de la producción.
 - **Director de cámaras o realizador:** dirige todas las actividades del staff técnico o sala de edición su función es entregar calidad tanto en audio y video de acuerdo a los requerimientos del director.
 - **Redactor:** ya que cada noticia a cubrir es asignada al redactor, este produce de forma hablada o escrita los espacios televisivos a emitirse en sus diferentes etapas.
 - **Director de escena:** coordina el reparto, supervisa a los actores o presentadores, supervisa el cumplimiento del guión y la puesta en escena.
 - **Continuista o raccord:** es el encargado de dar continuidad a la historia en el formato

audiovisual según dicta el guión.

- **Jefe de piso o floor manager:** es el nexo entre el equipo de la sala de edición y el equipo en el set de grabación coordina las actividades entre ambos departamentos.
- **Presentador/a:** como lo indica esta persona presenta y comenta cada una de las notas informativas a mostrarse en pantalla, con responsabilidad, carácter y fluidez.
- **Reporteros:** son los encargados de la cobertura de las noticias y la redacción de su contenido para un posterior producto en audio y video. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- **Área técnica**

- **Director técnico:** dirige las actividades de todo el personal técnico el correcto manejo de los equipos para una óptima aparición a cuadro.
- **Switcher:** se encarga del correcto funcionamiento de todos los equipos técnico tanto en el set de grabación como en la cabina de edición así como su mantenimiento.
- **Camarógrafo:** mediante un video cámara es el encargado de registrar todas las tomas en los ángulos y movimientos de cámara según las escalas de plano que se requieran.
- **Operador de audio:** controla la consola de audio para la edición del registro de audio y la sonorización del programa.
- **Microfonista:** se encarga del registro de audio mediante micrófonos corbateros, micrófonos de mano o micrófonos de captación boom.
- **Iluminador:** es el encargado que las imágenes que se registran contengan una adecuada iluminación controlando las fuentes de luz.
- **Operador del control de video:** o colorista es el encargado de controlar la exposición y el matiz, brillo y saturación de las tomas registradas.
- **Operador de efectos digitales de video:** es el profesional que realizara los montajes de efectos especiales en el audiovisual.
- **Operador de titulado o generador de caracteres:** es el encargado de generar toda la información textual que hará aparición en pantalla.
- **Editor técnico:** es el encargado de la edición de las tomas en bruto para la entrega del producto audiovisual.
- **Escenógrafo:** realiza el diseño de interiores del escenario donde se efectuara la producción de acorde a los requerimientos del guión.
- **Montadores y pintores:** realizan el montaje y acabados de la escenografía.

- **Utilero:** consigue los elementos necesarios para la ambientación de la producción.
- **Diseñador gráfico:** realiza el story board del guión para la producción y crean todas las gráficas para montarse en pantalla.
- **Maquillista:** es el profesional que se encarga de maquillar a los presentadores del programa para su buena presentación frente a cámaras.
- **Vestuario:** es el encargado de proveer del vestuario a los presentadores según lo requieran. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

3.1.2.2.2. Manipulación de equipos

- **Cámaras:** Configurar una cámara es importante ya que en función a ello se obtiene diferentes resultados, aunque los parámetros dependerán de cada equipo, por lo general siempre suelen ser las mismas herramientas de configuración como balance de blancos, apertura focal, enfoque, formato y tamaño de grabación.

Es importante que mediante la calibración de las cámaras, se evita a la hora del registro de imágenes la sobrexposición o el exceso de luz en el video, la sub exposición o falta de luz lo que hace que imagen sea muy oscura y el ruido que se produce por mucha sensibilidad (ISO) lo que causa problemas en la imagen imposibles de desaparecer por completo.

Al momento de la realización de las tomas la cámara deberá estar sujeta a un soporte que nos permita un óptimo registro de las tomas, con ángulos y movimientos de cámara, así como escala de planos, regla de los tercios y respetando el cielo necesario en la aparición a cuadro del personaje. El micrófono interno de la cámara no es el recomendable para el registro del audio ya que cualquier golpe, toque y el viento hacen que a la hora de la edición del audio este sea muy difícil y molesto.

- **Micrófonos:** para un adecuado registro sonoro con los micrófonos corbateros, se debe verificar que estos se encuentren bien fijos y además el evitar interferencias con otros dispositivos electrónicos que interrumpen la correcta grabación, con los micrófonos de mano es necesario el incorporar para su óptima grabación un forro protector que evita el registro de ruido durante la grabación en exteriores como en interiores.

El micrófono boom en cambio se lo utiliza tanto en interiores como exteriores, para impedir

errores sonoros se debe el evitar viento y sonidos de ambiente excesivos, pero también hay que tomar en cuenta que a la hora de la captura de la imagen que este no se lo pueda observar en cuadro, así como revisar sean correctas las conexiones físicas como inalámbricas.

- **Teleprompter:** dado lo largas de la presentación de las notas periodísticas y lo variante de su información se utiliza el telepronter para que los presentadores lean de este que estará ubicado por encima de la cámara principal, es importante que quien inserte los caracteres que se leerán, tenga un correcto manejo de las reglas ortográficas, gramaticales, sintaxis y una rápida inserción mecanográfica en el caso de que el programa se transmita en vivo, de lo contrario se registrará estrictamente al guión.
- **Soportes:** los trípodes deberán ajustarse dependiendo las características físicas de la cámara y nivelarse correctamente, para los micrófonos se deberá vigilar que se acoplen para que no produzcan ruido y los soportes de la iluminación deberán fijarse para direccionarlas correctamente.

En el caso de requerirse steady cam un asistente deberá constatar que este correctamente sujeto al camarógrafo y si se ocupase un Dolly instalarlo en un piso nivelado sin interferencia en el riel y un asistente que guíe al camarógrafo.

- **Luces y rebotadores:** los ángulos de iluminación en un set de grabación se clasifican en la luz principal, posterior, de relleno y de fondo, pero esta distribución puede modificarse dependiendo de la temática que se vaya a manejar dentro de la grabación, así como la cantidad de luces que se necesite y si estas serán incandescentes o fluorescentes.
Para iluminación en exteriores se utiliza rebotadores los cuales deberán re direccionar la luz para iluminar a los presentadores y evitar sombras formadas por la luz ambiente.
- **Grúas:** el conocer el tamaño de altura del set grabación sirve para optimizar hasta que elevación llega la grúa y además realizar pruebas de su alcance en diferentes direcciones dentro del set y de esta manera evitar interrupciones en la grabación.
- **Dolly:** este equipo permite mover la cámara sobre terrenos nivelados y permite conservar y variar la distancia con los objetos o personas en movimiento.

- ***Steady cam:*** este sistema permite llevar la cámara de televisión pegada al cuerpo del operador mediante un chaleco arnés especial, la función de este equipo es compensar los movimientos del camarógrafo mostrando imágenes con una estabilidad impresionante.
- ***Drone:*** este es un equipo adicional de grabación que se lo utiliza para el registro de las imágenes en diferentes puntos de vista, específicamente las tomas aéreas, por lo que esto no se logra captar con una video cámara. Este equipo se utilizará sobre todo en cobertura de noticias más no en grabaciones dentro del estudio.
- ***Tricaster:*** permite mezclar clips de video, gráficos y audio todo desde un set virtual además de transmitir en vivo y vía streaming a internet cualquier programa informativo.

3.1.2.2.3. Aparición a cuadro

- ***Escala de planos:*** en la grabación de un programa informativo por medio de una video cámara es necesario el aplicar diferentes planos que ayuden a dar más dinamismo y a completar la narrativa audiovisual.
 - **Plano panorámico o plano general largo:** muestra toda la escena donde se produce la acción incluyendo el paisaje al rededor del escenario.
 - **Plano general:** presenta a los sujetos de cuerpo completo que intervienen en la acción dentro de un escenario.
 - **Plano americano:** presenta a las personas hasta la altura de las rodillas.
 - **Planos medios:** se muestra al sujeto hasta la cintura del cuerpo.
 - **Primer plano:** se exhibe a la persona solo hasta su hombro.
 - **Gran primer plano:** encuadra los detalles del rostro del sujeto y recoge las expresiones de sus ojos y boca.
 - **Primerísimo primer plano:** muestra únicamente un detalle específico del rostro.
 - **Plano detalle:** se toma una parte de la persona diferente al rostro.
 - **Plano secuencia:** la toma puede variar o moverse dependiendo de la acción que se está realizando. (Novasur, 2017)
- ***Movimientos de cámara:*** para mayor dinamismo de las imágenes registradas se utilizan movimientos de cámara.

- **De desplazamiento:**
 - **Toma Fija:** es cuando la cámara permanece en un soporte de manera fija
 - **Paneo:** es un movimiento horizontal de la cámara sobre un eje fijo.
 - **Tilt up o Down:** se llama así al movimiento vertical de la cámara hacia arriba o abajo sobre un eje estático.
 - **Travelling:** consiste en el desplazamiento de la cámara.
 - **Cámara al Hombro:** cuando el camarógrafo apoya la cámara sobre su hombro para realizar las tomas y poder movilizarse más fácilmente.
 - **Cámara Subjetiva:** se la realiza para generar en el espectador la ilusión de lo que ve el personaje es lo que aparece en pantalla. (Novasur, 2017)
- **De lente:**
 - **Zoom o travelling óptico:** Se conoce así al movimiento del lente que nos permite acercar o alejar la toma.
 - **Pan Foco:** Es un pequeño movimiento de lente en relación a los objetos en el interior del encuadre. (Novasur, 2017)

Tanto en escala de planos como en movimientos de cámara se deberá aplicar la proporcionalidad de llama (cielo) que representa un espacio a partir de la cabeza del sujeto hasta donde se corta la toma en la parte superior, este espacio dependerá en proporción de la escala de plano a utilizarse sin dejar que este espacio se pierda.

- **Ángulos de cámara:** se entiende así a la posición de la toma en la cual se enfocara la acción.
 - **Normal:** se refiere a la toma en posición recta de frente a la persona realizando la acción.
 - **Picado:** se entiende así cuando la cámara está a 45° de arriba hacia abajo en posición al sujeto.
 - **Contrapicado:** por el contrario, a la picada en esta angulación la cámara está a 45° desde abajo hacia el sujeto.
 - **Cenital:** este tipo de ángulo de cámara se realiza en forma vertical por arriba del sujeto es decir desde el cielo en forma recta hacia abajo. (Novasur, 2017)

3.1.2.3. Postproducción

3.1.2.3.1. Edición de audio

La edición de audio transforma los registros de audio en bruto y los corrige, ambienta, musicaliza y destaca para mejorar el sonido de cada uno de estos en la producción audiovisual.

- **Sonidos**
 - **La voz:** es el lenguaje hablado de las personas participantes de un programa, en edición de audio se mejora el registro obtenido, separando y corrigiendo los tonos de voz.
 - **Musicalización:** es añadir a las partes que lo requieran según el guión en todo el producto audiovisual, la música que acompañe a las imágenes para generar emociones en el espectador.
 - **Sonido ambiental:** en ciertas partes del audiovisual se necesitará de sonidos para dar una ambientación que acompañen a las imágenes.
 - **Efectos sonoros:** es añadir a las imágenes sonidos producidos con la intención de llamar la atención del espectador.
 - **Silencio:** en algunas partes del producto audiovisual es necesario conservar un tiempo prudente sin sonidos (conocido como silencio) para ambientar y no saturar de audios que molesten al observador, resaltando los sonidos a continuación. (Chávez, 2013)

3.1.2.3.2. Edición de video

- **Superposición de video:** o llamado chroma key, técnica audiovisual que se usa tanto en cine y televisión ya que permite extraer un color de la imagen y reemplaza el área que se ocupaba por otra imagen o video utilizando un fondo plano de color verde, este proceso se lo realiza, al ser demasiado costoso grabar a un personaje en un escenario que no se dispone o es de difícil acceso o para evitar que se tenga que recortar al sujeto fotograma por fotograma, esto es conocido como rotoscopia.

En el fondo se deberá contar con una perfecta iluminación uniforme al igual que la del sujeto para evitar que no existan sombras, se puede chromar cualquier color, pero el software puede

confundir algunos de estos con los tonos de los presentadores.

Por lo general se utiliza el color verde o azul y es importante que las personas que aparezcan frente a cámara no utilicen los colores o tonos similares al que se utilizará de fondo. La técnica chroma key puede ser aplicada mediante un software en vivo o editada para en un informativo pregrabado.

- **Composición:** se entiende al modo en que el director de fotografía elige encuadrar las imágenes en pantalla, y al igual que en la fotografía en video también se aplican las mismas técnicas de composición para captar imágenes más atractivas ante el espectador. Entre las cuales están:

- *Regla de los tercios*
 - ✓ Composición centrada
 - ✓ Composición simétrica
 - ✓ Primer plano y profundidad
 - ✓ Marco dentro del marco
 - ✓ Líneas principales
 - ✓ Diagonales y triángulos
 - ✓ Patrones y texturas
 - ✓ Regla de los impares
 - ✓ Llenar el marco
 - ✓ Composición en espacio negativo
 - ✓ Simplicidad y minimalismo
 - ✓ Aislar al sujeto
 - ✓ Cambiar tu punto de vista
 - ✓ Combinación de colores
 - ✓ Regla de espacio
 - ✓ Composición De izquierda a derecha
 - ✓ Equilibrio en escena
 - ✓ Yuxtaposición
 - ✓ Proporción aurea

- **Composición de una nota periodística audiovisual:** al momento de componer una nota es recomendable hacerlo con varias escalas de planos, movimientos y ángulos de cámara, para darle dinamismo a la secuencia y que esta no se vuelva monótona para el espectador, logrando captar su atención y mostrando completamente la información.

Estas tomas ocuparan un lapso estimado de 3 segundos dependiendo lo que se quiera mostrar en pantalla y la línea editorial a seguir, complementándolas con la voz en off del reportero, el que sintetizará la información concreta a transmitir junto con las imágenes y entrevistas de ser necesario.

En las entrevistas por su parte se procurará sustraer solo las partes de mayor importancia, mostrando con graficas en pantalla la persona que ofrece esta información puesto que la nota completa para un programa informativo no durará más allá de 2 minutos.

- **Transiciones:** las transiciones le dan a la edición de video una percepción de la línea editorial, puesto que denotarán la imagen que se quiere proyectar al público, estas se usarán para cambiar de una toma a otra. Es recomendable no variar constantemente con las transiciones dado que la nota perderá relevancia y profesionalismo, si lo que se quiere es dar una imagen seria con credibilidad en notas periodísticas, es mejor no usarlas sino cambiar de toma a toma.

Existen diferentes tipos de transiciones dependiendo de las características del software de edición o que se utilice para emisiones en vivo. Las transiciones más completas que van de nota a nota o entre segmentos pierden la esencia de este y se consideran elementos gráficos en pantalla.

- **Corrección de color:** todo producto audiovisual necesita de una adecuada corrección de color, en la cual se tratará de mejorar las imágenes originales, corrigiendo errores en la producción ya sea por mal manejo o falta de calibración de cámaras o luces.

La sobreexposición es una falla que se registra al no calibrar el balance de blancos de una cámara de video, es la excesiva exposición a la luz haciéndola excesivamente blanca o carente de contrastes, si es excesivo es casi imposible el resolver este problema aun si se realiza una

corrección de color intensa en la edición del archivo.

La sub exposición hace referencia a la insuficiente exposición frente a la luz de una imagen, esto se debe a una incorrecta manipulación de la sensibilidad (ISO), iluminación o a suciedad que pueda existir en el objetivo de la cámara, produciendo en la imagen un efecto demasiado oscuro, en corrección de color hay de talles que se pueden mejorar manipulando el brillo y el contraste sin embargo no se corregirá en su totalidad.

Mientras más alta la sensibilidad de la luz (ISO) más alto será el ruido, que es la granularidad que se presenta en una imagen y existe otro tipo de ruido que presenta pequeñas manchas de colores, en ambos casos en corrección de color se podría ayudar a disminuir la notoriedad de este efecto (con filtros, capas superpuestas o plugins) que proviene de un mal manejo de cámara, sin embargo, es imposible desaparecerlo completamente.

- ***Características de la corrección de color***

Para una óptima corrección del color se deberá seguir el orden contraste, saturación, brillo y matiz para el momento de modificar una de estas no afecte a las demás.

- ✓ ***Contraste:*** se considera a la diferencia de luminosidad y tono que se encuentra entre las zonas claras y oscuras que componen a una imagen, en corrección de color el comportamiento del contraste al modificarlo muy reducidamente en la escena, hace que una imagen sea casi invisible cuando en ella los tonos y brillos son proporcionalmente parejos, en cambio si los modificamos al máximo el contraste, la imagen solo se mostrará en zonas de color blancas y negras.
- ✓ ***Saturación:*** se define así cuando son colores vivos o pálidos, para corregir la saturación en un video al aplicar esta propiedad de color mínimamente, la imagen se mostrará en blanco y negro, pero cuando la aplicamos intensamente se percibe los colores más lúcidos.
- ✓ ***Brillo:*** nos referimos a la cantidad de luz que recibe una imagen, en un video al dar más brillo esta se vuelve blanca, en cambio si se aplica reducidamente el brillo se la vera oscura, en corrección de color se puede lograr mediante un software.
- ✓ ***Matiz:*** se la denomina “temperatura de color” y se refiere al recorrido que se

realiza el color de un tono a otro, en corrección de color se utilizara para variar tonos correctos en una imagen como el color de la piel, los colores adecuados de la vestimenta, etc.... haciéndolos más cercanos a la realidad.

- ***Etapas de la corrección de color***

- ✓ ***Corrección de color primaria:*** consiste en corregir el color característica por característica en general de toda la imagen que aparece en video. Por ejemplo, se modificará el brillo de un video para que la imagen denote más realismo en el metal de un vehículo. (Cobo, 2012)
- ✓ ***Corrección de color secundaria:*** consiste en corregir el color característica por característica solo de una parte específica de la imagen en video. Por ejemplo, con un software se recortará, solo una parte específica del vehículo para modificar su brillo. (Cobo, 2012)
- ✓ ***Continuidad:*** al existir varias marcas y modelos de cámaras que se pueden utilizar en una misma grabación o incluso siendo la misma marca y modelo de cámara al registrar las imágenes no todos los equipos nos darán el mismo resultado de color. (Cobo, 2012)

Continuidad hace referencia a la secuencia de color que se les debe dar a las imágenes cuyo material en bruto provenga de diferentes equipos de grabación mediante una correcta corrección de color, para que el producto audiovisual mantenga una misma línea cromática.

- ✓ ***Look:*** hace referencia al estilo que se quiere dar a las imágenes del video mediante la corrección de color y dependerá de la línea editorial que se maneje. (Cobo, 2012)

3.1.2.3.3. Gráfica en pantalla

- ***Promociones:*** mediante esta se muestra la identidad del programa que se transmitirá para promocionarse y posicionarse frente al observador estas promociones pueden ser tanto

del canal o el programa, las cuales se deberán elaborar para su emisión en el medio a transmitirse días antes de la emisión del programa, también se las puede realizar mediante banner en redes sociales o clips cortos de avances. (Rubina, 2012)

- **Carteleras:** son clips cortos en los cuales se anuncia el comienzo o el fin de un programa.



Figura 1-3: Carteleras

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Barra informativa o scroll:** este es utilizado especialmente en cadenas televisivas, es un apoyo de texto horizontal que se encuentra en la parte inferior de la pantalla aquí se muestran las información complementaria. (Rubina, 2012)



Figura 2-3: Barra informativa o scroll

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Colgada o mosca:** esta grafica puede ser una imagen o animación que se la ubica en la

parte superior de la pantalla sirve especialmente para dar información complementaria al espectador. (Rubina, 2012)

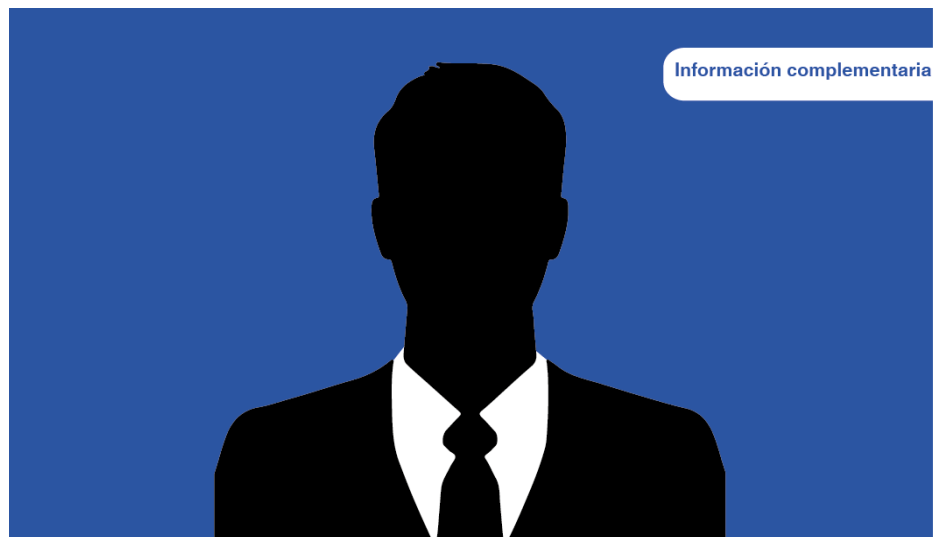


Figura 3-3: Colgada o mosca

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Intro:** se lo conoce al video compuesto por la imagen gráfica del programa que aparece al inicio de este para marcar su apertura. (Rubina, 2012)
- **Titulares:** este gráfico debe ir acorde a la imagen que proyecta el programa en donde se muestra los temas más importantes a tratarse. (Rubina, 2012)



Figura 4-3: Titulares

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Over shoulder:** estas gráficas se las coloca por sobre los hombros de el o los

presentadores del programa, por medio de estas se guía visualmente al observador de lo que explica el conductor. (Rubina, 2012)



Figura 5-3: Over shoulder

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Infografía:** son imágenes o animaciones que se muestran en pantalla para simplificar y explicar figurativamente un tema específico. (Rubina, 2012)

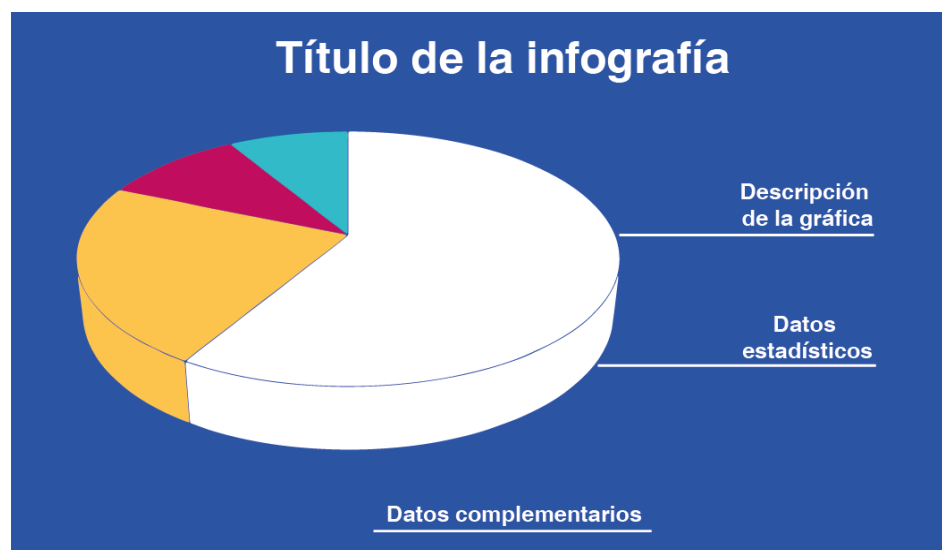


Figura 6-3: Infografía

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Still:** se utiliza para que el presentador anuncie la noticia o explique una nota periodística, con la diferencia del over shoulder que un still podrá ocupar mayor espacio en pantalla y no sólo arriba del hombro del presentador/a c, incluso toda el ancho de ésta, exceptuando el espacio donde se ubicase el conductor. (Rubina, 2012)



Figura 7-3: Still

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Duplex o triplex:** hace referencia a cuando se muestran dos o más videos diferentes dentro de la misma imagen, estas pueden llevar la identidad corporativa del programa. (Rubina, 2012)



Figura 8-3: Duplex o triplex

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- **Cortinas:** son gráficas que sirven como introducción de los diferentes segmentos de un programa para dar a conocer que este vendrá a continuación. (Rubina, 2012)



Figura 9-3: Cortinas

Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

- ***Separadores o transiciones:*** animaciones rápidas de la imagen del programa generalmente con el naming el logo o mascota de este y se utilizan para dinamizar el programa. (Rubina, 2012)
- ***Cierre:*** se considera así a las gráficas que indican el final del programa y llevaran la imagen del mismo, en muchos casos es una continuidad o el mismo intro. (Rubina, 2012)
- ***Créditos finales:*** es un espacio donde se muestra brevemente los nombres e identificadores visuales de las personas, departamentos e instituciones que colaboraron o formaron parte de la realización, así como agradecimientos y dedicatorias especiales. (Rubina, 2012)

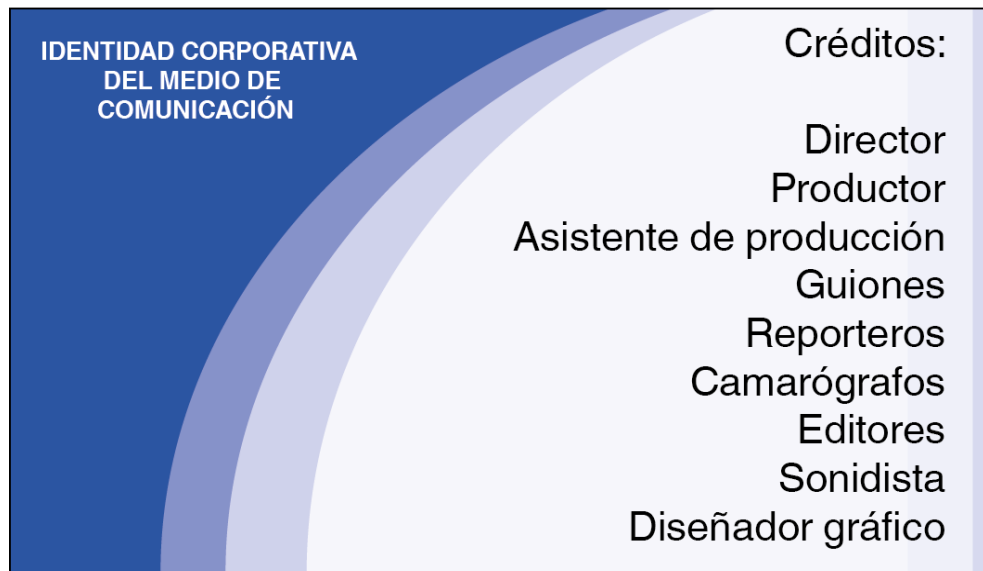


Figura 10-3: Créditos finales
Fuente: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

Según lo establecido en el artículo 69 del reglamento general de la ley orgánica de comunicación los sócalos o franjas publicitarias sobrepuestas en cualquier programa de televisión, no podrán ocupar más de una quinta parte de la pantalla, esta disposición aplica únicamente para publicidad montada sobre la transmisión por lo que deberá ser tomado en cuenta a la hora de las pautas publicitarias, para que no afecte a la gráfica del programa. Ver Anexo M. (Reglamento general a la ley orgánica de comunicación, 2013, p 24)

3.1.2.3.4. Exportación y conversión audiovisual

- **Formatos de pantalla:** existen 3 tipos de formatos analógicos de televisión estandarizados en el mundo para su transmisión (NTSC, PAL y SECAM), pero en la actualidad ya existen los formatos en alta definición (HDTV, high definition television).

Tabla 4-3: Formatos de video.

FORMATO	CODEC DE VIDEO	CODEC DE AUDIO
.AVI	.DVIX, .XVID, MOTION JPG	.AC3, .MP3
.MPG	.MPG1, .MPG2, .MPG3, .MPG4.	.AC3, .MPEG STEREO
.MOV	.H.264,	.ACC

.WMV	.WMV	.WMA
.FLV	FLASH PLAYER	FLASH PLAYER
.MKV	.H.264	.DTS, .AC3, .AAC
.MP4	.H.264, X364	.AAC
.RM	.RV, .RM, .RMVB	.RA

Realizado por: MANAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

Sin embargo, no todas las cámaras de video graban en estos formatos existen otros formatos propios de cada fabricante como el XAVC y XAVC S (4K) de Sony o el AVC INTRA (4K), AVC LONG G Y AVC, PROXY de Panasonic y dependiendo del modelo, fabricante y año seguirán cambiando y evolucionando estos formatos.

Lo ideal es trabajar con un formato .mov de grabación, editarlo y exportarlo en el mismo ya que nos genera una alta calidad en tamaño y resolución de pantalla sin embargo, una desventaja de este es el tamaño del archivo y su lentitud si no se posee los equipos que soporten un alto flujo de trabajo en su edición y postproducción.

Para evitar defectos en el producto final se deberá ajustar el archivo a la capacidad que puedan soportar los equipos, convirtiendo el archivo en otro formato de trabajo que permita la edición, postproducción y exportación, el formato de compresión, h.264 nos permite trabajar de forma óptima sin perder su calidad en pantalla.

- **Tamaños de pantalla:** existen diferentes tamaños de pantalla para un programa de tv informativo se deberá escoger el tamaño adecuado dependiendo del medio por el cual va a ser transmitido, si es para una televisora se deberá escoger los tamaños por los que trasmita la señal de esta en aspecto 4:3 o 16:9 en SD o HD, si los medios son en línea se podrá subir el archivo en una mayor tamaño, en HD hasta 4K. (Martínez Martínez, I. Ascencio López and A. González Fraga, 2008)

Tamaños de pantalla en píxeles.

- 3840 x 2160 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (4K)
- 2560x1440 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (2K)
- 1920x1080 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (HDTV)

- 1280x720 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (HDTV)
- 720x480 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (HD)
- 704x480 píxeles con razón de aspecto de 16:9 o 4:3 (SDTV)
- 640x480 píxeles con razón de aspecto de 4:3 (SDTV)
- 352x288 píxeles con razón de aspecto de 4:3 (SDTV) (Martínez Martínez, I. Ascencio López and A. González Fraga, 2008)

3.1.2.3.5. Distribución del contenido

Una vez terminado el producto audiovisual y luego de haber sido aprobado, se distribuirá el contenido en los medios de comunicación pautados por la productora según se establezca en su planificación.

- **Televisión:** previa su distribución y entrega el producto deberá estar correctamente convertido, en formato y tamaño en el que la televisora emite la señal, ya sea esta televisión análoga o digital.
- **Medios en línea:** si la televisora emite también su señal en línea, ya sea brocast, streaming o en redes sociales (Facebook, YouTube) el archivo deberá ser exportado específicamente para estos canales de difusión.

3.1.3. Contenidos

3.1.3.1. Credibilidad de la información

La credibilidad de la información en un programa de televisión, irá ligada con los registros de propiedad intelectual y sus responsables, así como con créditos publicados al finalizar cada una de sus emisiones, en estos se detallará a los profesionales responsables de la realización de cada una de las partes que componen el programa informativo, así también de los productores, reporteros y presentadores responsables de la línea editorial y opiniones generadas dentro de éste.

Para la protección de responsabilidades del medio de comunicación por el cual se emita el programa la productora o el mismo medio deberán mostrar una gráfica en pantalla antes del inicio del programa, en la cual se detalla que las opiniones e información vertidas en el contenido dentro del programa a continuación son de responsabilidad única de sus productores y no del medio por el que se transmite.

Los aciertos y sanciones que llegue a generar el programa, se entregaran a sus responsables por parte de la Superintendencia de la Comunicación ente rigente y encargado de hacer cumplir la ley orgánica de comunicación para la República del Ecuador a partir de junio de 2013.

3.1.3.2. Calidad de la información

La calidad de la información irá estrechamente ligada a la credibilidad de la información no solo en el producto audiovisual final, sino también en la fiabilidad del contenido, específicamente de cada una de las notas periodísticas.

Las que deberán ser realizadas imparcialmente y libres de cualquier influencia política, religiosa, cultural o de cualquier otro interés personal que no esté relacionado con la veracidad de la información, respetando los valores éticos, morales y la diversidad pluri étnica y multicultural de cada una de las personas y sustentando sus fuentes de información, para que exista mayor calidad en cada nota periodística se deberá notificar a la audiencia, quienes la realizaron.

Es indispensable que los reporteros del programa, tengan claro al momento de redactar y editar sus notas periodísticas, él no desviarse de la línea editorial planteada previamente por los productores, esto ayudará a mantener la calidad de la información y a proyectar una imagen del programa sólida y confiable.

3.1.3.3. Mensaje e imagen proyectada

Dependiendo de la línea editorial que la empresa ya sea ésta pública, privada o productora de video quiera proyectar en el público, se establecerá el mensaje y la imagen que se desea transmitir al público, la cual se fijara a partir de la línea gráfica que maneje la empresa y que le haya dado a su producto audiovisual.

Es importante manejar esta imagen en base al manual de identidad corporativa de la empresa o productora y del manual de identidad corporativa del producto audiovisual, estableciendo usos permitidos y no permitidos, de la misma forma crear una conexión entre la identidad corporativa y la línea editorial con el fin de establecer una línea gráfica consistente para proyectarla a la audiencia.

3.1.3.4. Interés público

Dada la dificultad que es, el generar interés de un público objetivo, al cual ira dirigido un programa informativo, pues el público se deja llevar por estilos, tendencias y modas en auge, es prioritario lograr credibilidad y calidad de la información en el programa, la que genere confianza del público frente a la información y mediante esta credibilidad en el informativo.

No bastará solo con generar credibilidad en el informativo sino también hacer llegar el mensaje de la línea editorial al público, lo que causará una imagen sólida y acertada del programa, teniendo en cuenta que la línea editorial y la imagen gráfica deberán ir ligadas para establecer la identidad del programa.

Como resultado de la credibilidad y calidad de la información, un acertado mensaje e imagen proyectada y una línea editorial que vaya acorde con la línea grafica del programa se generará el interés del público objetivo.

3.1.3.5. Estructura del programa de noticias

Una vez concluido con todo el manual técnico audiovisual mostrado anterior mente se podrá generar una estructura para comenzar con el proceso de producción de un programa informativo.

El siguiente es un ejemplo modelo de cómo se constituirá una estructura para un programa de noticias y el personal a cargo de cada una de las funciones dentro de la producción.

Tabla 5-3: Modelo de estructura de un programa informativo.

ESTRUCTURA	PERSONAL A CARGO
Cartelera informativa (responsabilidad compartida)	Responsabilidad medio de comunicación
Cartelera informativa (clasificación)	Diseñador gráfico
Titulares	Diseñador gráfico, reporteros, camarógrafos, editores y presentador.
Intro del programa	Diseñador gráfico
Bienvenida	Presentador.
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación primera nota	Presentador.

Primera nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Presentación segunda nota	Presentador.
Segunda nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación tercera nota	Presentador.
Tercera nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Primer espacio publicitario	Auspiciantes
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Presentación cuarta nota	Presentador.
Cuarta nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Presentación quinta nota	Presentador.
Quinta nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación sexta nota	Presentador.
Sexta nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Espacio de opinión	Presentador.
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Segundo espacio publicitario	Auspiciantes
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Presentación séptima nota	Presentador.
Séptima nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Presentación octava nota	Presentador.
Octava nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación novena nota	Presentador.
Novena nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Presentación décima nota	Presentador.
Décima nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Despedida (presentador/a)	Presentador.
Cierre	Diseñador gráfico
Créditos finales	Diseñador gráfico

Realizado por: MAÑAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

Para cumplimiento del artículo 68 del reglamento general de la Ley Orgánica de Comunicación, no se podrán realizar más de cuatro cortes publicitarios por cada hora de programación, por cuanto los

medios audiovisuales de señal abierta podrán difundir hasta un máximo de 15 min de publicidad por hora de programación. Ver Anexo M.

3.2. Validación de la hipótesis

Dados los resultados de las personas que observaron el programa y el número ínfimo de estos el resultado de nuestra muestra es poco confiable, por ello se ha decidido realizar un estudio mediante el método Delphi de expertos para validar nuestra hipótesis.

Método Delphi, es un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo. (Linstone y Turoff, 1975).

El método Delphi se basa en la utilización del juicio intuitivo profesional, emitido por un grupo de expertos titulados y con experiencia en el área del problema planteado, mediante la elaboración de cuestionarios sucesivos con los cuales se obtienen criterios para mejoramiento de la propuesta. El objetivo al realizar estos cuestionarios, es el disminuir la conflictividad entre los profesionales para llegar un consenso de las respuestas obtenidas.

Se clasifica dentro de los métodos de pronóstico, ya que sus resultados pueden ser de carácter cualitativos o subjetivos. La calidad de los resultados al problema planteado dependerá, del tipo de preguntas planteadas y el perfil seleccionado de los expertos consultados.

3.2.1 Planteamiento del problema

¿Cuál es la correcta estructura para un manual técnico audiovisual de un programa informativo?

3.2.2. Objetivos

- Establecer un consenso entre los expertos participantes del estudio.
- Validar el manual técnico audiovisual para un programa informativo.
- Demostrar que la correcta aplicación de una estructura técnico audiovisual ayudará, a que la identidad gráfica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo se identifique con la comunidad Politécnica.

3.2.3 Perfil de los expertos consultados

El perfil profesional se selecciona, de acuerdo a las normas establecidas en el la Ley Orgánica de Comunicación, en la cual menciona que todas las actividades periodísticas que se realicen en medios de comunicación en cualquier nivel o cargo, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas, deberán ser ejecutadas por profesionales en periodismo o comunicación. Ver Anexo O.

○ Perfil de expertos

- ✓ Área de profesionalización
- ✓ Título profesional
- ✓ Experiencia en proyectos audiovisuales

Tabla 6-3: Expertos consultados.

EXPERTOS CONSULTADOS		
NOMBRES	TÍTULO PROFESIONAL	EXPERIENCIA LABORAL
Patricio Moyano	Licenciado en Comunicación Social	13 años de experiencia reportero, presentador en la cadena local ECUAVISIÓN canal 29
Oswaldo Guerra	Licenciado en Comunicación Social	12 años de experiencia en las cadenas locales TVS y ECUAVISIÓN
Darwin Altamirano	Licenciado en Comunicación Social	7 años de experiencia como corresponsal de la cadena nacional RTS, reportero en la cadena local ECUAVISIÓN
Alex Colcha	Licenciado en Comunicación Social	4 años en la cadena local ECUAVISIÓN canal 29, productor, director de noticias, cargo actual del Gerente General ECUAVISIÓN
Cristian Orozco	Licenciado en Comunicación Social	8 años en la cadena local ECUAVISIÓN canal 29, camarógrafo y corresponsal cadenas nacionales RTS y GAMA TV, puesto actual DIRCOM CONAGOPARE.

Guillermo Zambrano	Licenciado en Comunicación Social	4 años en la cadena local TVS, Docente UNACH - Escuela de Comunicación Social.
Julio Bravo	Licenciado en Comunicación Social	9 años en la cadena local ECUAVISIÓN canal 29, Docente UNACH - Escuela de Comunicación Social.
Claudio Lema	Licenciado en Comunicación Social	6 años en la cadena local ECUAVISIÓN canal 29, puesto actual DIRCOM gobierno provincial Chimborazo
Alejandra Avalos Espinoza	Ingeniero en Diseño Gráfico, Maestría en Dirección de Comunicación empresarial	Docente UNACH, Docente universidad Indoamérica, Docente ESPOCH, Escuela de Diseño Gráfico
Iván Arregui	Licenciado en Comunicación social	10 años de experiencia en las cadenas locales TVS y ECUAVISIÓN

Realizado por: MANAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

3.2.4 *Elaboración de la primera encuesta*

CUESTIONARIO

El presente cuestionario será aplicado a un panel de expertos profesionales, los cuales deberán dar su opinión profesional para validar el manual técnico audiovisual anteriormente propuesto.

1.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente al primer aspecto legal del registro de propiedad intelectual?

Si No

Porque: _____

2.- ¿Considera que se debe clasificar los contenidos para diferente público televidente dentro de la programación de un programa informativo?

Si No

Porque: _____

3.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente al tercer aspecto legal de programación de contenido nacional independiente?

Si No

Porque: _____

4.- ¿Es necesario el ocultar el rostro de menores de edad en el caso de que algunos de ellos aparezcan en una nota del programa informativo?

Si No

Porque: _____

5.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente al primer aspecto técnico planificación?

Si No

Porque: _____

6.- ¿La cobertura de noticias va en función a las notas periodísticas que se muestran en pantalla?

Si No

Porque: _____

7.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente al tercer aspecto técnico redacción y guiones?

Si No

Porque: _____

8.- ¿Se necesita delegar actividades específicas a cada miembro del equipo de producción de un programa informativo?

Si No

Porque: _____

9.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente al quinto aspecto técnico manipulación de equipos?

Si No

Porque: _____

10.- ¿Es necesario el aplicar escalas, movimientos y ángulos de cámara en la toma de una nota periodística ya que esta va a ser utilizada en la programación del informativo?

Si No

Porque: _____

11.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente a a postproducción, edición de audio?

Si No

Porque: _____

12.- ¿Considera usted que es necesario el realizar una corrección de color en edición de video de un proyecto audiovisual?

Si No

Porque: _____

13.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente a postproducción, grafica en pantalla?

Si No

Porque: _____

14.- ¿Se necesita de un formato de video adecuado, a la hora de exporta el producto final para que este sea transmitido por diferentes medios al aire?

Si No

Porque _____

15.-¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente a postproducción, distribución de contenido?

Si No

Porque: _____

16.- ¿La credibilidad de la información está relacionada a las personas creadoras de un programa informativo, es decir que toda la información emitida tiene fundamentos y de no serla estas personas tomarían la responsabilidad de esos hechos?

Si No

Porque: _____

17.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente a calidad de la información?

Si No

Porque: _____

18.- ¿Un programa informativo deber proyectar un mensaje e imagen sólidos y siguiendo una misma línea editorial?

Si No

Porque: _____

19.- ¿Considera usted correcto lo estipulado en el manual técnico audiovisual para un programa de televisión referente a contenido, interés público?

Si No

Porque: _____

20.- ¿Para establecer la estructura de un programa informativo, se debe disponer primero de un manual técnico audiovisual para un programa de noticias?

Si No

Porque: _____

3.2.5 *Consenso de resultados*

Índice para el manual

Introducción del manual

El presente manual es realizado como una guía, para la elaboración de un programa informativo el mismo que debe ser utilizado estrictamente por profesionales afines al diseño gráfico, producción audiovisual y comunicación social. Ya que contiene terminología, técnicas y procesos los cuales se podrán llevar a cabo solo por profesionales titulados en estas ramas.

Cobertura de noticias

- *Coyuntura*

Además, la cobertura de noticias irá, en función a la coyuntura de los diferentes sucesos noticiosos esto de acuerdo a la línea editorial que maneje el programa.

- *Agenda Setting*

La teoría de la Agenda Setting expone que la selección temática de los medios de comunicación, que influye en la selección y percepción de las noticias en el público y no a al contrario como se esperaría, los creadores de esta teoría son Maxwell McCombs y Donald Shaw. (Vásquez, 2013)

Según Shaw, la consecuencia de la *Agenda Setting*, es que el público asigna importancia a los acontecimientos, problemas y personas que muestra el medio de comunicación, lo cual influencia en la opinión del espectador. Según Chomsky, los gobiernos y los medios de comunicación se ponen de acuerdo para que, a la hora de jerarquizar las noticias, se promocionen aquella que pueden favorecer los pensamientos, postulados e intereses de un cierto grupo de la sociedad. (Vásquez, 2013)

La teoría de la agenda setting plantea que los medios de comunicación escogen los temas, acontecimientos y personas sobre los que se habla y se discute, así como su importancia, el

orden que se les dará y la manera mostrarlos al público, es decir que los medios de comunicación tienen como objetivo lograr un efecto generalizado sobre los espectadores.

Utilitarios

- ✓ Filtro rompe viento para micrófono
- ✓ Bolso para cámaras de video
- ✓ Cubo para micrófono
- ✓ Backing publicitario

3.2.6 Elaboración de la segunda encuesta

1.- ¿Está usted de acuerdo que el manual técnico audiovisual para un programa de noticias, este dirigido específicamente a profesionales a fines a las carreras de: comunicación social, producción audiovisual y diseño gráfico? ¿Si o No, por qué?

2.- ¿Está usted de acuerdo, en el aspecto cobertura de noticias del manual técnico audiovisual, con lo incluido referente a Coyuntura y Agenda Setting? ¿Si o No, por qué?

3.- ¿Está usted de acuerdo, en incluir utilitarios en el manual de identidad corporativa para un programa informativo, dentro del manual técnico audiovisual? ¿Si o No, por qué?

3.2.7 Consenso de resultados

Después del análisis del manual guía técnico audiovisual para un programa informativo, el panel de expertos antes consultados ha llegado a un consenso de acuerdo al método Delphi de validación, lo que nos arroja el siguiente resultado irrefutable.

3.2.8 *Resultado final.*

MANUAL TÉCNICO AUDIOVISUAL

Índice

Introducción al manual técnico audiovisual para un programa informativo

Aspecto legal.

Registro de propiedad intelectual

Clasificación de los contenidos

Programación de contenido nacional independiente

Protección a menores

Aspecto técnico

Preproducción

Planificación

Estructura

Cobertura de noticias

Redacción y guiones

Producción

Dirección de equipo humano

Manipulación de equipos

Aparición a cuadro

Postproducción

Edición de audio

Edición de video

Gráfica en pantalla

Exportación y conversión audiovisual

Distribución del contenido

Contenidos

Credibilidad de la información

Calidad de la información

Mensaje e imagen proyectada

Interés público

Estructura del programa de noticias

Introducción al manual técnico audiovisual para un programa informativo

El presente manual está realizado como una guía, para la elaboración de un programa informativo el mismo que deberá ser utilizado estrictamente por profesionales afines al diseño gráfico, producción audiovisual y comunicación social. Ya que contiene terminología, técnicas y procesos los cuales se podrán llevar a cabo solo por profesionales titulados en estas ramas.

Aspecto legal.

Registro de propiedad intelectual

Se considera importante el registro de propiedad intelectual tanto como para que la institución, como para los productores de cualquier contenido audiovisual, para establecer responsabilidades de todo el trabajo a realizarse, así también patentar los derechos de autor a los cuales están sujetos estas piezas gráficas, según establece la constitución de la república del Ecuador y la ley orgánica de comunicación.

- ***Naming:*** para el registro del nombre se deberá establecer para quien esta realizado dicho producto además del profesional responsable de su realización, patente que previa la autorización de las autoridades responsables se la inscribirá en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- ***Isologo:*** previa realización y aprobación del manual de identidad corporativa se podrá inscribir el logo sus diferentes usos y aplicaciones en el (IEPI) donde esta otorgará la licencia para la empresa o institución quien haga uso del producto y el o los propietarios de los derechos de autor.
- ***Obra audiovisual:*** según el (IEPI) la persona natural o jurídica titular de la obra audiovisual, es quien tiene los derechos patrimoniales o de autor, así también la misma será responsable de todos los contratos con personas o entidades que intervengan en la producción de dicha obra.

En este caso de instituciones previo registro (IEPI) será responsabilidad de la mencionada y sus productores responsables de los contenidos que se transmitan, así como de sus derechos

de autor, los cuales serán constantemente monitoreados por la máxima autoridad de comunicación (Superintendencia de comunicación).

Clasificación de los contenidos

- ***Regulación de contenidos:*** para efecto de lo decretado en la Ley de Comunicación, deberá mostrar ante los telespectadores su contenido al comienzo de su transmisión, indicando que los contenidos a tratarse son de carácter informativo con la letra (I), de igual forma señalando el inicio y al final de sus espacios publicitarios.
- ***Audiencias y franjas horarias:*** para cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación se deberá establecer uno de los tres tipos de audiencias: familiar, responsabilidad compartida y adultos.

Por la naturaleza del noticiero informativo se deberá establecer a qué tipo de audiencia va a ser transmitida la programación, para que de esta forma identificar el tipo de clasificación al que pertenece “A” (Apto para todo público) dentro del horario de 06h00 a las 18h00 o de responsabilidad compartida de clasificación “B” (Bajo la supervisión de un adulto) dentro del horario de 18h00 a 22h00, lo cual se deberá informar previamente a la audiencia antes del inicio del programa. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013, p 12,13)

Programación de contenido nacional independiente

Se considera que el contenido de un programa informativo es de producción nacional independiente, cuando la mayoría del equipo humano encargado de la producción sea de nacionalidad ecuatoriana, a efecto de esto se podría determinar que su contenido o programación es completamente nacional independiente como indica en la Ley Orgánica de Comunicación. (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 17).

Protección a menores

Para la producción de una obra audiovisual es importante tomar en cuenta que como establece en la ley de comunicación no podrán aparecer en esta, menores de 16 años sin el consentimiento de su tutor o quien ejerza su patria potestad bajo ningún concepto ni excepción, lo que será controlado por

la (SUPERCOR), la misma que establecerá las sanciones del caso. (REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013, p 21.)

Aspecto técnico

Preproducción

Es la etapa anterior a la realización de un programa en la cual, se planeará todo lo a realizarse durante la ejecución de una obra audiovisual.

Planificación

Es necesario para toda obra audiovisual una vez cumplidos los requerimientos legales establecidos en el país, el disponer de una adecuada planificación en la cual se establezca como, cuando, quienes y que se necesitara para su realización.

- ***Concepto:*** es la idea en la cual se va a basar la planificación para la realización del programa.
 - ***Segmentación:*** determina el público objetivo tomando en cuenta sus características geográficas, demográficas y conductuales de las personas a las cuales va estar dirigido el proyecto.
 - ***Naming y eslogan:*** naming es el nombre que llevara el programa como marca producto y como su complemento para reforzar su imagen, se deberá establecer un eslogan siendo una frase corta, fácil de recordar y que genere identidad.
 - ***Identidad corporativa:*** es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una empresa en este caso de un programa de televisión, y para su correcto uso es necesario la aplicación del manual de identidad corporativa.
- ***Manual de identidad corporativa para un programa audiovisual***
 - ***Introducción***
 - ***Información básica sobre la empresa (productora audiovisual), filosofía corporativa***

Se deberá especificar a lo que se dedica, su fundación, misión, visión, políticas de calidad, objetivos y normas por las que se rige.

- ***Objetivos del manual de identidad visual corporativa***

Seguir una línea gráfica única y propia que identifique a la empresa y se diferencie de las demás fortaleciendo su prestigio y reconocimiento.

- ***Bases de la identidad visual y aplicaciones en pantalla***

- ***Logotipo***

Se define como un símbolo formado únicamente por tipografías y cumple la función de identificar a una empresa o institución.

- ***Símbolo o isotipo***

En base a los valores, atributos y personalidad que posee la empresa estos se sintetizan en una imagen o símbolo para que representen y reflejen dichas características al público.

- ***Logo símbolo monocromático positivo en pantalla***

Para realizar este tipo de logotipo es necesario el mancharlo (tinturarlo) en su totalidad, sin gradaciones ni sombreados es decir en colores planos, pero hay que trabajar en el creativamente para que no se pierda el diseño original.

- ***Logo símbolo monocromático negativo en pantalla***

Es el efecto contrario del anterior mencionado en el cual su espacio en blanco (positivo) pasa a ser negro (negativo) esto se debe realizar equilibradamente para evitar cambios en el logotipo.

- ***Logo símbolo a color / Color corporativo en pantalla***

En este apartado el logotipo debe estar conformado por los colores que identifican a la empresa o institución para que de esta forma no se pierda la identidad y se refleje en la marca, se deberá especificar su cromática en formato digital RGB.

- ***Construcción geométrica / área reservada***

Hay detalles importantes que crean una excelente identidad visual y para ello se necesita de una correcta construcción geométrica de los elementos que conforman el logotipo, profesionales en diseño gráfico aplican una técnica llamada factor X, mientras que el área reservada delimita el espacio a rededor del logo que no puede ocuparse para su correcta aplicación y reproducción.

- ***Escala dimensional en pantalla***

Es el tamaño mínimo de escala a aplicarse en el logotipo ya vectorizado en pantalla, dependerá del uso que se lo vaya a dar además esta modificación debe ser muy legible a la vista del espectador y en su aspecto, relación para que se acople a su medio difundido ya sea 4:3, 16:9 o SD, HD.

- ***Tipografías corporativas***

La selección e implementación de una adecuada tipografía, genera un reconocimiento de la marca y crea una identidad corporativa de la empresa o institución consistente, se deberá tener por lo menos tres familias tipográficas completas para el uso correcto de su identidad corporativa.

- ***Rotaciones y transformaciones permitidas en pantalla***

El cambio de rotación o transformaciones que se le dé al logotipo no deberá influir en su estructura y para evitar estos posibles problemas un cambio adecuado de dirección de la marca es lo ideal, las transformaciones que se le apliquen al logotipo no deberán afectar su correcta visualización

- ***Usos incorrectos en pantalla***

Se deberá restringir los usos gráficos inadecuados, estos serán los que permitan que la marca pierda su escénica y originalidad asociándola con otros símbolos o significados.

- ***Aplicaciones gráficas impresas***

- ***Papelería corporativa***

La empresa para su promoción e identificación corporativa, requiere que los útiles de oficina y demás implementos que se ocupan dentro de su administración, estén etiquetados con la identidad gráfica.

Dentro de la papelería corporativa los de mayor uso son el sobre, las hojas membretadas, tarjeta de presentación, factura entre otros.

- ***Utilitarios***

- ✓ Filtro rompe viento para micrófono
- ✓ Bolso para cámaras de video
- ✓ Cubo para micrófono
- ✓ Backing publicitario

- ***Aplicaciones para gráficas***
 - ***Uniformes***

Para la identificación del personal de la empresa y su promoción corporativa, es necesario el uso de uniformes en los que se refleje la imagen institucional, tanto con uniformes casuales, formales y deportivos según la ocasión.
 - ***Vehículos***

Si la empresa posee vehículos para el uso exclusivo para sus actividades comerciales, estos se deberán identificar con la imagen que proyecte la empresa.
 - ***Banderín (roll-up)***

Para su promoción y muestra en eventos y actividades fuera de la empresa se utilizará a manera de soporte BTL un roll-up que lleve la imagen de la empresa y la información acerca de los servicios o productos que se ofrecen.
 - ***Productos promocionales***

Más comúnmente conocidos como souvenirs son recuerdos o utilitarios que la empresa fabrica para su promoción, estos son obsequios que se los entregan al público dentro o fuera de la empresa.
- ***Aplicaciones arquitectónicas y ambientales***
 - ***Rótulo de fachada***

Como parte del merchandising de la empresa, en arquitectura exterior es indispensable la identificación del edificio donde funcione ésta, mediante un rotulo que contenga su identidad visual así también en su fachada, entrada y en el caso de existir un escaparate.
 - ***Señalética: señal referencial, señal(es) indicativa(s), señal direccional***

Con el afán de identificar departamentos, zonas, lugares de trabajo, servicios y demás lugares donde se encuentren en actividades tanto al interior como al exterior del edificio donde funcione la empresa, es necesario un correcto plan señalético con la identidad visual de la empresa.
- ***Duración y Horarios***

Es necesario establecer el tiempo de duración que tendrá el programa audiovisual para una correcta planificación antes de su estructuración, así también establecer la cantidad de

programas que tendrá el proyecto, los días y la hora en que se transmitirán.

- ***Difusión del producto***

Previo al estudio de segmentación de mercado y una vez establecido el público objetivo se deberá decidir los medios por los cuales se emitirá el programa, ya sean estos convencionales como televisión o no convencionales como redes sociales o televisión en línea.

Estructura

- ***Línea editorial***

Línea editorial hace referencia a los principios y valores por los que se rige la actividad periodística dentro de un medio de comunicación, interpretándolo como su ideología la que será definida por su productora y sus responsables, los que expresaran sus intereses, pensamientos y criterios para hacerlos llegar a la audiencia. Además, se reflejará en el tiempo, la relevancia y el seguimiento que le preste a determinada información.

La línea editorial del programa se verá reflejada en la editorial dictada por un presentador, críticas, notas periodísticas y comentarios, esta se establecerá de acuerdo con el mejor criterio de sus productores o autoridad máxima.

- ***Estructura del programa***

Para completar la planificación de un programa de noticias es necesario tener una estructura técnico audiovisual que regule los tiempos de duración en pantalla de todas las gráficas, notas y presentaciones por cada emisión.

El siguiente es un ejemplo de una estructura técnico audiovisual que regulará los tiempos estimados de duración para un programa informativo de 30 minutos en la República del Ecuador.

Estructura técnico audiovisual.

Estructura	Duración
Cartelera informativa (responsabilidad compartida)	0'20''
Cartelera informativa (clasificación)	0'20''
Titulares	1'00''
Intro del programa	1'00''
Bienvenida (presentador/a)	0'30''
Cortina (promocional)	0'30''

Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación primera nota	0'15''
Primera nota	1'15''
Presentación segunda nota	0'15''
Segunda nota	1'15''
Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación tercera nota	0'15''
Tercera nota	1'15''
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	0'20''
Primer espacio publicitario	2'00''
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	0'20''
Presentación cuarta nota	0'15''
Cuarta nota	1'15''
Cortina (promocional)	0'30''
Presentación quinta nota	0'15''
Quinta nota	1'15''
Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación sexta nota	0'15''
Sexta nota	1'15''
Espacio de opinión	2'00''
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	0'20''
Segundo espacio publicitario	2'00''
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	0'20''
Presentación séptima nota	0'15''
Séptima nota	1'15''
Cortina (promocional)	0'30''
Presentación octava nota	0'15''
Octava nota	1'15''
Transición o separador (entre bloques del programa)	0'15''
Presentación novena nota	0'15''
Novena nota	1'15''
Cortina (promocional)	0'30''
Presentación décima nota	0'15''
Décima nota	1'15''
Despedida (presentador/a)	0'30''
Cierre	1'00''
Créditos finales	1'00''
Total promedio:	30'

Realizado por: MANAY, Daniel, TIGSE, Edinson, 2017.

Este modelo de estructura podría variar en sus tiempos, dependiendo del medio de comunicación en el que vaya a transmitirse y sus políticas de tiempo de publicidad por hora de programación, de la misma forma podría cambiar en los tiempos de duración que se le dé a cada una de las gráficas en pantalla, la cantidad y duración de sus notas y la línea editorial que manejen sus productores.

- ***Equipos y herramientas***

Para la realización de un programa informativo es necesario el disponer de estos equipos y herramientas, y aunque no todos son indispensables esto dependerá si se transmite pregrabado o en vivo dependiendo del medio de comunicación.

- ***Set de grabación y coberturas***

- Cámaras de vídeo de estudio
- Cámaras ligeras de equipos móviles
- Sistema de iluminación
- Micrófonos
- Teleprompter
- Cortina para efecto croma key
- Soportes
- Grúas
- Dolly
- Drone. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- ***Sala de control***

- Tricaster
- Magnetoscopios
- Un terminal remoto de magnetoscopios.
- Un monitor de vídeo.
- Un generador de sincronismos.
- Matriz de conmutación o paneles de conexión de vídeo-audio.
- Amplificador.
- Mesa de edición de vídeo.
- Mesa de edición de audio.
- Ordenadores para edición de vídeo.
- Servidor de vídeo en web.
- Tituladora. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- ***Personal***

- ***Área de producción.***

- Productor ejecutivo
 - Diseñador audiovisual
 - Asesor de contenido
 - Guionista
 - Productor
 - Asistente de producción
 - Director de cámaras o realizador
 - Asistente de dirección o realización
 - Director de escena
 - Continuista o raccord
 - Jefe de piso
 - Presentador
 - Reporteros. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- ***Área técnica***

- Director técnico
 - Switcher
 - Camarógrafo
 - Operador de audio
 - Microfonista
 - Iluminador
 - Operador del control de video
 - Operador de efectos digitales de video
 - Operador de titulador o generador de caracteres
 - Editor técnico
 - Escenógrafo
 - Montadores y pintores
 - Utilero
 - Diseñador gráfico
 - Maquillista
 - Vestuario. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

De acuerdo al tipo de programa que se realizará se puede optimizar el personal de la lista anterior tomando en cuenta el medio a transmitirse, la infraestructura del set, el tamaño del proyecto si es en vivo o pregrabado y la disponibilidad del presupuesto.

- *Plan de rodaje*

En el plan de rodaje se toma en cuenta todos los detalles referentes al trabajo que se vaya a producir, el mismo que podría ser diseñado por el productor o su equipo de trabajo.

El plan de rodaje está compuesto por una estructura, la misma que se debe ejecutar manteniendo un orden en el proyecto, en este se desglosa en todas sus partes, actores, extras, vestuario, locaciones, equipos técnicos, personal, logística, escenografía, utilería, transporte y todo lo que se requiera para la producción, de allí se parte para empezar la grabación.

El siguiente es un ejemplo de un plan de rodaje para un programa de televisión, el cual puede variar dependiendo de productor o el profesional que le elabore.

Formato plan de rodaje.

PLAN DE RODAJE			
TÍTULO: _____ PRODUCTORA AUDIOVISUAL: _____		FECHA:	HORA: DESCANSO:
		PÁGINA DEL GUIÓN: SECUENCIA SEGÚN EL GUIÓN:	
INTERIOR:	<input type="checkbox"/>	ESCENA NOMBRE: _____ NÚMERO: _____ DESCRIPCIÓN: _____ _____ _____ _____ _____ _____	
EXTERIOR:	<input type="checkbox"/>		
DÍA:	<input type="checkbox"/>		
NOCHE:	<input type="checkbox"/>		
EQUIPO DE PRODUCCIÓN		HORA DE CITACIÓN	
DIRECTOR/A:		TOMAS:	
PRODUCTOR:			
FOTOGRAFÍA:			
CAMARA:			
SONIDO:			

ESCENARIO: MAQUILLAJE: VESTUARIO: PRESENTADORES: INVITADOS: ASISTENTES:		PLANO:
EQUIPOS PARA LA ESCENA		EQUIPO TÉCNICO
LOCACIONES		UTILERÍA PARA LA ESCENA
OBSERVACIONES: _____ _____ _____		
FIRMA DEL DIRECTOR		FIRMA DEL PRODUCTOR

- ***Presupuesto***

Los siguientes cuadros de presupuesto están basados en costos referentes dados de una plataforma de compras en línea (Amazon) y al salario promedio para profesionales en la República del Ecuador para mayo de 2017.

Los costos de los equipos que se presenta a continuación están sujetos a variar dependiendo de impuestos establecidos de importación, fecha de adquisición, marca, modelo u otras características, y los salarios variaran dependiendo de empresas o entidades públicas o privadas que hagan uso de estos servicios profesionales.

Cuadro de presupuestos

<i>Área administrativa</i>	<i>Mensual</i>	<i>Costos \$</i>
• Estudio de grabación	1	1.000.00
• Servicios básicos	1	150.00
• Útiles de oficina	1	50.00
• Transporte	1	1.500.00
• Secretaria (salario)	1	700.00
• Conserje (salario)	1	500.00
		3.900.00

<i>Set de grabación y coberturas</i>	<i>Unidades</i>	<i>Costos</i>
• Cámaras de vídeo de estudio	2	4.600.00
• Cámaras ligeras de equipos móviles	2	2.200.00
• Sistema de iluminación	1	480.00
• Micrófonos estudio	6	1.030.00
• Micrófonos exteriores	2	230.00
• Teleprompter	1	450.00
• Cortina para efecto Croma Key	1	160.00
• Soportes	6	360.00
• Grúa	1	520.00
• Dolly	1	480.00
• Drone	1	1.200.00
		11.710.00

<i>Sala de control</i>	<i>Unidades</i>	<i>Costos</i>
• Tricaster	1	6.500.00
• Discos de almacenamiento externos	2	450.00
• Monitores de vídeo.	3	3.600.00
• Generador de sincronismos.	1	400.00
• Matriz de conmutación o paneles de conexionado vídeo-audio	1	250.00
• Amplificador.	1	600.00
• Mesa de edición de video.	1	7.000.00
• Ordenadores para edición de video.	2	5.600.00
• Mesa de edición de audio.	1	3.000.00
• Servidor de vídeo en web.	1	1.800.00

		29.200.00
--	--	-----------

<i>Área de producción.</i>	<i>Profesionales</i>	<i>Salario (mensual)</i>
• Productor ejecutivo	1	3.200.00
• Diseñador audiovisual	1	2.350.00
• Asesor de contenido	1	1.250.00
• Guionista	2	1.800.00
• Productor	1	2.800.00
• Asistente de producción	1	800.00
• Director de cámaras o realizador	1	1.400.00
• Asistente de dirección o realización	1	1.000.00
• Director de escena	1	1.200.00
• Continuista o raccord	1	800.00
• Jefe de piso	1	1.200.00
• Presentadores	2	2.400.00
• Reporteros	3	3.600.00
		23.800.00

<i>Área técnica</i>	<i>Profesionales</i>	<i>Salario</i>
• Director técnico	1	1.800.00
• Switcher	1	1.600.00
• Camarógrafo	4	4.800.00
• Operador de audio	1	1.200.00
• Microfonista	1	1.200.00
• Iluminador	1	900.00
• Operador del control de video	1	1.200.00
• Operador de efectos digitales de video	1	1.200.00
• Operador de titulador o generador de caracteres	1	1.200.00
• Editor técnico	2	2.400.00
• Escenógrafo	1	1.400.00
• Montadores y pintores	2	2.400.00
• Utilero	2	1.800.00
• Diseñador gráfico	1	1.500.00
• Maquillista	1	900.00
• Vestuario	1	900.00

		26.400.00
--	--	-----------

<i>Área</i>	<i>costo</i>
Área administrativa	3.900.00
Set de grabación	11.710.00
<i>Sala de control</i>	29.200.00
<i>Área de producción.</i>	23.800.00
Área técnica	26.400.00
TOTAL	96.010.00

Cobertura de noticias

Para una cobertura periodística los reporteros deberán estar libres y dispuestos a realizarla en el momento preciso que se genere la noticia, y al igual que tomar una fotografía el reportero deberá captar la información en una libreta de notas, llevando un registro de los acontecimientos suscitados procurando detallar todos los aspectos de la noticia y resaltando los más importantes.

El reportero deberá ser claro y transparente, indicando a las personas que es lo que busca de sus entrevistas, estableciendo una conversación amena y de respeto con el fin de ganar la confianza del entrevistado, si se conoce de ante mano un suceso noticio el reportero deberá agendar el suceso y ser el primero en llegar y el ultimo en retirarse.

Es importante para el reportero de un programa informativo acompañarse de un camarógrafo quien filme todas las informaciones en audio y video, siendo el reportero quien guie al camarógrafo para registrar todas las tomas necesarias de la noticia. Es de criterio del reportero escoger a los protagonistas o testigos de los sucesos para que aparezcan en pantalla, contestando preguntas claras, cortas y concretas referentes a los hechos noticiosos.

El camarógrafo es el responsable del registro en audio y video a la hora de la cobertura de la noticia, el cual deberá tener suficiente material audiovisual en distintas escalas de planos, ángulos y movimientos de cámara a ser utilizados para la edición y postproducción de la nota periodística, cubriendo completamente la noticia desde donde se dieron los hechos, donde comenzó y hasta como concluyo.

Una vez completa la cobertura de la noticia el reportero deberá redactarla y crear un guión para la

edición audiovisual, donde aparecerá su voz en off acompañado las imágenes registradas por el camarógrafo, en conjunto son los encargados de producir la nota periodista que se presentará en el programa. Así también el reportero deberá elaborar un guión donde sintetice la información de la noticia, para la presentación de la nota periodística.

- *Coyuntura*

Además, la cobertura de noticias irá, en función a la coyuntura de los diferentes sucesos noticiosos esto de acuerdo a la línea editorial que maneje el programa.

- *Agenda Setting*

La teoría de la Agenda Setting expone que la selección temática de los medios de comunicación, que influye en la selección y percepción de las noticias en el público y no a al contrario como se esperaría, los creadores de esta teoría son Maxwell McCombs y Donald Shaw. (Vásquez, 2013)

Según Shaw, la consecuencia de la *Agenda Setting*, es que el público asigna importancia a los acontecimientos, problemas y personas que muestra el medio de comunicación, lo cual influencia en la opinión del espectador. Según Chomsky, los gobiernos y los medios de comunicación se ponen de acuerdo para que, a la hora de jerarquizar las noticias, se promocionen aquella que pueden favorecer los pensamientos, postulados e intereses de un cierto grupo de la sociedad. (Vásquez, 2013)

Redacción y guiones

Toda obra audiovisual a realizarse necesita de un guión ya que sin este es más difícil y costosa la producción del programa, a partir del guion sea literario o técnico se definen las necesidades de materiales, herramientas y personal necesario a emplearse en la grabación.

En un programa informativo es necesario la elaboración de un guion literario para sus entrevistas y reportajes, el cual se elaborara a partir de la cobertura y servirá como guía para la voz en off a montarse en la noticia, un guión técnico para editar tomas realizadas en los sucesos noticiosos que aparecerán en la nota periodística, siempre que el noticiero se lo realice pre grabado y los guiones

técnicos y literarios para la producción del programa ya sea este en vivo o con material de archivo.

- ***Fases para la elaboración de un guión.***

- ***Idea:*** es la base para la elaboración de un guión, y es una rápida descripción de lo que trata la noticia. Esta puede partir de una idea original o tomada de otra fuente, si es de otra fuente deberá estar sujeta a la consideración de los derechos de propiedad intelectual, en el caso de noticias se debe citar de donde se obtuvo la información. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)
- ***Argumento:*** es el desarrollo de la idea para llegar a narrar todos los detalles, se la deberá tratar en tiempo presente detallando los acontecimientos, escenarios y personajes principales involucrados en la historia. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)
- ***Sinopsis:*** muestra la estructura narrativa de la historia, hace referencia al desarrollo ordenado, esquemático y completo del argumento, incluyendo todos los acontecimientos importantes y hasta donde se desarrolló la noticia generada. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)
- ***Tratamiento:*** es el desarrollo de las acciones posterior a la argumentación o sinopsis, en el cual hace referencia a los lugares o comportamientos de personas y como quedan definidos. (Ficus.pntic.mec.es, 2016)

Producción

Dirección de equipo humano

Para una correcta distribución de actividades del personal que se encuentre en la etapa de producción de un programa de tv, se debe tener en cuenta estos puntos importantes.

- **Área de producción**

- Productor ejecutivo. - gestiona y evalúa las ideas para la realización de proyectos audiovisuales, se encarga de la gestión administrativa y reúne los profesionales y el equipo para la producción de acuerdo a los presupuestos.
- Diseñador audiovisual. - diseña el producto audiovisual desde su idea hasta la presentación en pantalla mediante una estructura organizada.
- Asesor de contenido. - es experto del tema que trata el programa y se encarga de que la

producción audiovisual vaya de acuerdo al tema.

- Guionistas. - elaboran los guiones técnicos y/o literarios tanto del presentador/a y del programa informativo que se emitirá.
- Productor. – profesional experto en realizar tareas de preparación y desarrollo de cualquier tipo de programa televisivo a demás gestiona los recursos económicos, técnicos y humanos y sobre todo también debe estar al tanto en lo respecta a relaciones públicas.
- Asistente de producción. - representa al productor en todas las actividades operativas en las cuales éste no puede estar presente y realiza un registro de todas las actividades de la producción.
- Director de cámaras o realizador. - dirige todas las actividades del staff técnico o sala de edición su función es entregar calidad tanto en audio y video de acuerdo a los requerimientos del director.
- Redactor. – ya que cada noticia a cubrir es asignada al redactor, este produce de forma hablada o escrita los espacios televisivos a emitirse en sus diferentes etapas.
- Director de escena. - coordina el reparto, supervisa a los actores o presentadores, supervisa el cumplimiento del guión y la puesta en escena.
- Continuista o raccord. - es el encargado de dar continuidad a la historia en el formato audiovisual según dicta el guión.
- Jefe de piso o floor manager. - es el nexo entre el equipo de la sala de edición y el equipo en el set de grabación coordina las actividades entre ambos departamentos.
- Presentador/a.- como lo indica esta persona presenta y comenta cada una de las notas informativas a mostrarse en pantalla, con responsabilidad, carácter y fluidez.
- Reporteros. - son los encargados de la cobertura de las noticias y la redacción de su contenido para un posterior producto en audio y video. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

- **Área técnica**

- Director técnico. - dirige las actividades de todo el personal técnico el correcto manejo de los equipos para una óptima aparición a cuadro.
- Switcher. - se encarga del correcto funcionamiento de todos los equipos técnico tanto en el set de grabación como en la cabina de edición, así como su mantenimiento.
- Camarógrafo. - mediante un video cámara es el encargado de registrar todas las tomas en los ángulos y movimientos de cámara según las escalas de plano que se requieran.

- Operador de audio. - controla la consola de audio para la edición del registro de audio y la sonorización del programa.
- Microfonista. - se encarga del registro de audio mediante micrófonos corbateros, micrófonos de mano o micrófonos de captación boom.
- Iluminador. - es el encargado que las imágenes que se registran contengan una adecuada iluminación controlando las fuentes de luz.
- Operador del control de video. - o colorista es el encargado de controlar la exposición y el matiz, brillo y saturación de las tomas registradas.
- Operador de efectos digitales de video. - es el profesional que realizara los montajes de efectos especiales en el audiovisual.
- Operador de titulador o generador de caracteres. - es el encargado de generar toda la información textual que hará aparición en pantalla.
- Editor técnico. - es el encargado de la edición de las tomas en bruto para la entrega del producto audiovisual.
- Escenógrafo. - realiza el diseño de interiores del escenario donde se efectuará la producción de acorde a los requerimientos del guión.
- Montadores y pintores. - realizan el montaje y acabados de la escenografía.
- Utilero. - consigue los elementos necesarios para la ambientación de la producción.
- Diseñador gráfico. - realiza el story board del guión para la producción y crean todas las gráficas para montarse en pantalla.
- Maquillista. - es el profesional que se encarga de maquillar a los presentadores del programa para su buena presentación frente a cámaras.
- Vestuario. - es el encargado de proveer del vestuario a los presentadores según lo requieran. (Productiontv.pbworks.com, 2006)

Manipulación de equipos

- **Cámaras:** Configurar una cámara es importante ya que en función a ello se obtiene diferentes resultados, aunque los parámetros dependerán de cada equipo, por lo general siempre suelen ser las mismas herramientas de configuración como balance de blancos, apertura focal, enfoque, formato y tamaño de grabación.

Es importante que, mediante la calibración de las cámaras, se evita a la hora del registro de

imágenes la sobreexposición o el exceso de luz en el video, la sub exposición o falta de luz lo que hace que imagen sea muy oscura y el ruido que se produce por mucha sensibilidad (ISO) lo que causa problemas en la imagen imposibles de desaparecer por completo.

Al momento de la realización de las tomas la cámara deberá estar sujeta a un soporte que nos permita un óptimo registro de las tomas, con ángulos y movimientos de cámara así como escala de planos, regla de los tercios y respetando el cielo necesario en la aparición a cuadro del personaje. El micrófono interno de la cámara no es el recomendable para el registro del audio ya que cualquier golpe, toque y el viento hacen que a la hora de la edición del audio este sea muy difícil y molesto.

- ***Micrófonos:*** para un adecuado registro sonoro con los micrófonos corbateros, se debe verificar que estos se encuentren bien fijos y además el evitar interferencias con otros dispositivos electrónicos que interrumpan la correcta grabación, con los micrófonos de mano es necesario el incorporar para su óptima grabación un forro protector que evita el registro de ruido durante la grabación en exteriores como en interiores.

El micrófono boom en cambio se lo utiliza tanto en interiores como exteriores, para impedir errores sonoros se debe el evitar viento y sonidos de ambiente excesivos, pero también hay que tomar en cuenta que a la hora de la captura de la imagen que este no se lo pueda observar en cuadro, así como revisar sean correctas las conexiones físicas como inalámbricas.

- ***Teleprompter:*** dado lo largas de la presentación de las notas periodísticas y lo variante de su información se utiliza el teleprompter para que los presentadores lean de este que estará ubicado por encima de la cámara principal, es importante que quien inserte los caracteres que se leerán, tenga un correcto manejo de las reglas ortográficas, gramaticales, sintaxis y una rápida inserción mecanográfica en el caso de que el programa se trasmita en vivo, de lo contrario se registrará estrictamente al guión.
- ***Soportes:*** los trípodes deberán ajustarse dependiendo las características físicas de la cámara y nivelarse correctamente, para los micrófonos se deberá vigilar que se acoplen para que no produzcan ruido y los soportes de la iluminación deberán fijarse para direccionarlas correctamente.

En el caso de requerirse steadycam un asistente deberá constatar que este correctamente

sujeto al camarógrafo y si se ocupase un Dolly instalarlo en un piso nivelado sin interferencia en el riel y un asistente que guíe al camarógrafo.

- **Luces y rebotadores:** los ángulos de iluminación en un set de grabación se clasifican en la luz principal, posterior, de relleno y de fondo, pero esta distribución puede modificarse dependiendo de la temática que se vaya a manejar dentro de la grabación, así como la cantidad de luces que se necesite y si estas serán incandescentes o fluorescentes.
Para iluminación en exteriores se utiliza rebotadores los cuales deberán re direccionar la luz para iluminar a los presentadores y evitar sombras formadas por la luz ambiente.
- **Grúas:** el conocer el tamaño de altura del set grabación sirve para optimizar hasta que elevación llega la grúa y además realizar pruebas de su alcance en diferentes direcciones dentro del set y de esta manera evitar interrupciones en la grabación.
- **Dolly:** este equipo permite mover la cámara sobre terrenos nivelados y permite conservar y variar la distancia con los objetos o personas en movimiento.
- **Steady cam:** este sistema permite llevar la cámara de televisión pegada al cuerpo del operador mediante un chaleco arnés especial, la función de este equipo es compensar los movimientos del camarógrafo mostrando imágenes con una estabilidad impresionante.
- **Drone:** este es un equipo adicional de grabación que se lo utiliza para el registro de las imágenes en diferentes puntos de vista, específicamente las tomas aéreas, por lo que esto no se logra captar con una video cámara. Este equipo se utilizará sobre todo en cobertura de noticias más no en grabaciones dentro del estudio.
- **Tricaster:** permite mezclar clips de video, gráficos y audio todo desde un set virtual además de transmitir en vivo y vía streaming a internet cualquier programa informativo.

Aparición a cuadro

- **Escala de planos:** en la grabación de un programa informativo por medio de una video cámara es necesario el aplicar diferentes planos que ayuden a dar más dinamismo y a completar la narrativa audiovisual.

- **Plano panorámico o plano general largo:** muestra toda la escena donde se produce la acción incluyendo el paisaje al rededor del escenario.
 - **Plano general:** presenta a los sujetos de cuerpo completo que intervienen en la acción dentro de un escenario.
 - **Plano americano:** presenta a las personas hasta la altura de las rodillas.
 - **Planos medio:** se muestra al sujeto hasta la cintura del cuerpo.
 - **Primer plano:** se exhibe a la persona solo hasta su hombro.
 - **Gran primer plano:** encuadra los detalles del rostro del sujeto y recoge las expresiones de sus ojos y boca.
 - **Primerísimo primer plano:** muestra únicamente un detalle específico del rostro.
 - **Plano detalle:** se toma una parte de la persona diferente al rostro.
 - **Plano secuencia:** la toma puede variar o moverse dependiendo de la acción que se está realizando. (Novasur, 2017)
- **Movimientos de cámara:** para mayor dinamismo de las imágenes registradas se utilizan movimientos de cámara.
 - **De desplazamiento:**
 - **Toma fija:** es cuando la cámara permanece en un soporte de manera fija
 - **Paneo:** es un movimiento horizontal de la cámara sobre un eje fijo.
 - **Tilt up o down:** se llama así al movimiento vertical de la cámara hacia arriba o abajo sobre un eje estático.
 - **Travelling:** consiste en el desplazamiento de la cámara.
 - **Cámara al hombro:** cuando el camarógrafo apoya la cámara sobre su hombro para realizar las tomas y poder movilizarse más fácilmente.
 - **Cámara subjetiva:** se la realiza para generar en el espectador la ilusión de lo que ve el personaje es lo que aparece en pantalla. (Novasur, 2017)
 - **De lente:**
 - **Zoom o travelling óptico:** Se conoce así al movimiento del lente que nos permite acercar o alejar la toma.
 - **Pan Foco:** Es un pequeño movimiento de lente en relación a los objetos en el interior del encuadre. (Novasur, 2017)

Tanto en escala de planos como en movimientos de cámara se deberá aplicar la proporcionalidad de llama (cielo) que representa un espacio a partir de la cabeza del sujeto hasta donde se corta la toma en la parte superior, este espacio dependerá en proporción de la escala de plano a utilizarse sin dejar que este espacio se pierda.

- **Ángulos de cámara:** se entiende así a la posición de la toma en la cual se enfocara la acción.
 - **Normal:** se refiere a la toma en posición recta de frente a la persona realizando la acción.
 - **Picado:** se entiende así cuando la cámara está a 45° de arriba hacia abajo en posición al sujeto.
 - **Contrapicado:** por el contrario, a la picada en esta angulación la cámara está a 45° desde abajo hacia el sujeto.
 - **Cenital:** este tipo de ángulo de cámara se realiza en forma vertical por arriba del sujeto es decir desde el cielo en forma recta hacia abajo. (Novasur, 2017)

Postproducción

Edición de audio

La edición de audio transforma los registros de audio en bruto y los corrige, ambienta, musicaliza y destaca para mejorar el sonido de cada uno de estos en la producción audiovisual.

- **Sonidos**
 - **La voz:** es el lenguaje hablado de las personas participantes de un programa, en edición de audio se mejora el registro obtenido, separando y corrigiendo los tonos de voz.
 - **Musicalización:** es añadir a las partes que lo requieran según el guión en todo el producto audiovisual, la música que acompañe a las imágenes para generar emociones en el espectador.
 - **Sonido ambiental:** en ciertas partes del audiovisual se necesitará de sonidos para dar una ambientación que acompañen a las imágenes.
 - **Efectos sonoros:** es añadir a las imágenes sonidos producidos con la intención de llamar la atención del espectador.

- **Silencio:** en algunas partes del producto audiovisual es necesario conservar un tiempo prudente sin sonidos (conocido como silencio) para ambientar y no saturar de audios que molesten al observador, resaltando los sonidos a continuación. (Chávez, 2013)

Edición de video

- **Superposición de video:** o llamado chroma key, técnica audiovisual que se usa tanto en cine y televisión ya que permite extraer un color de la imagen y reemplaza el área que se ocupaba por otra imagen o video utilizando un fondo plano de color verde, este proceso se lo realiza, al ser demasiado costoso grabar a un personaje en un escenario que no se dispone o es de difícil acceso o para evitar que se tenga que recortar al sujeto fotograma por fotograma, esto es conocido como rotoscopia.

En el fondo se deberá contar con una perfecta iluminación uniforme al igual que la del sujeto para evitar que no existan sombras, se puede chromar cualquier color, pero el software puede confundir algunos de estos con los tonos de los presentadores.

Por lo general se utiliza el color verde o azul y es importante que las personas que aparezcan frente a cámara no utilicen los colores o tonos similares al que se utilizará de fondo. La técnica chroma key puede ser aplicada mediante un software en vivo o editada para en un informativo pregrabado.

- **Composición:** se entiende al modo en que el director de fotografía elige encuadrar las imágenes en pantalla, y al igual que en la fotografía en video también se aplican las mismas técnicas de composición para captar imágenes más atractivas ante el espectador. Entre las cuales están:
 - *Regla de los tercios*
 - ✓ Composición centrada
 - ✓ Composición simétrica
 - ✓ Primer plano y profundidad
 - ✓ Marco dentro del marco
 - ✓ Líneas principales

- ✓ Diagonales y triángulos
 - ✓ Patrones y texturas
 - ✓ Regla de los impares
 - ✓ Llenar el marco
 - ✓ Composición en espacio negativo
 - ✓ Simplicidad y minimalismo
 - ✓ Aislar al sujeto
 - ✓ Cambiar tu punto de vista
 - ✓ Combinación de colores
 - ✓ Regla de espacio
 - ✓ Composición De izquierda a derecha
 - ✓ Equilibrio en escena
 - ✓ Yuxtaposición
 - ✓ Proporción aurea
- ***Composición de una nota periodística audiovisual:*** al momento de componer una nota es recomendable hacerlo con varias escalas de planos, movimientos y ángulos de cámara, para darle dinamismo a la secuencia y que esta no se vuelva monótona para el espectador, logrando captar su atención y mostrando completamente la información.

Estas tomas ocuparan un lapso estimado de 3 segundos dependiendo lo que se quiera mostrar en pantalla y la línea editorial a seguir, complementándolas con la voz en off del reportero, el que sintetizará la información concreta a transmitir junto con las imágenes y entrevistas de ser necesario.

En las entrevistas por su parte se procurará sustraer solo las partes de mayor importancia, mostrando con graficas en pantalla la persona que ofrece esta información puesto que la nota completa para un programa informativo no durará más allá de 2 minutos.

- ***Transiciones:*** las transiciones le dan a la edición de video una percepción de la línea editorial, puesto que denotarán la imagen que se quiere proyectar al público, estas se usarán para cambiar de una toma a otra. Es recomendable no variar constantemente con las transiciones

dado que la nota perderá relevancia y profesionalismo, si lo que se quiere es dar una imagen seria con credibilidad en notas periodísticas, es mejor no usarlas sino cambiar de toma a toma.

Existen diferentes tipos de transiciones dependiendo de las características del software de edición o que se utilice para emisiones en vivo. Las transiciones más completas que van de nota a nota o entre segmentos pierden la esencia de este y se consideran elementos gráficos en pantalla.

- ***Corrección de color:*** todo producto audiovisual necesita de una adecuada corrección de color, en la cual se tratará de mejorar las imágenes originales, corrigiendo errores en la producción ya sea por mal manejo o falta de calibración de cámaras o luces.

La sobreexposición es una falla que se registra al no calibrar el balance de blancos de una cámara de video, es la excesiva exposición a la luz haciéndola excesivamente blanca o carente de contrastes, si es excesivo es casi imposible el resolver este problema aun si se realiza una corrección de color intensa en la edición del archivo.

La sub exposición hace referencia a la insuficiente exposición frente a la luz de una imagen, esto se debe a una incorrecta manipulación de la sensibilidad (ISO), iluminación o a suciedad que pueda existir en el objetivo de la cámara, produciendo en la imagen un efecto demasiado oscuro, en corrección de color hay de talles que se pueden mejorar manipulando el brillo y el contraste sin embargo no se corregirá en su totalidad.

Mientras más alta la sensibilidad de la luz (ISO) más alto será el ruido, que es la granularidad que se presenta en una imagen y existe otro tipo de ruido que presenta pequeñas manchas de colores, en ambos casos en corrección de color se podría ayudar a disminuir la notoriedad de este efecto (con filtros, capas superpuestas o plugins) que proviene de un mal manejo de cámara sin embargo, es imposible desaparecerlo completamente.

- ***Características de la corrección de color***

Para una óptima corrección del color se deberá seguir el orden contraste, saturación, brillo y matiz para el momento de modificar una de estas no afecte a las demás.

- ✓ ***Contraste:*** se considera a la diferencia de luminosidad y tono que se encuentra

entre las zonas claras y oscuras que componen a una imagen, en corrección de color el comportamiento del contraste al modificarlo muy reducidamente en la escena, hace que una imagen sea casi invisible cuando en ella los tonos y brillos son proporcionalmente parejos, en cambio si los modificamos al máximo el contraste, la imagen solo se mostrará en zonas de color blancas y negras.

- ✓ **Saturación:** se define así cuando son colores vivos o pálidos, para corregir la saturación en un video al aplicar esta propiedad de color mínimamente, la imagen se mostrará en blanco y negro, pero cuando la aplicamos intensamente se percibe los colores más lúcidos.
- ✓ **Brillo:** nos referimos a la cantidad de luz que recibe una imagen, en un video al dar más brillo esta se vuelve blanca, en cambio si se aplica reducidamente el brillo se la vera oscura, en corrección de color se puede lograr mediante un software.
- ✓ **Matiz:** se la denomina “temperatura de color” y se refiere al recorrido que se realiza el color de un tono a otro, en corrección de color se utilizara para variar tonos correctos en una imagen como el color de la piel, los colores adecuados de la vestimenta, etc.... haciéndolos más cercanos a la realidad.

○ ***Etapas de la corrección de color***

- ✓ ***Corrección de color primaria:*** consiste en corregir el color característica por característica en general de toda la imagen que aparece en video. Por ejemplo, se modificará el brillo de un video para que la imagen denote más realismo en el metal de un vehículo. (Cobo, 2012)
- ✓ ***Corrección de color secundaria:*** consiste en corregir el color característica por característica solo de una parte específica de la imagen en video. Por ejemplo, con un software se recortará, solo una parte específica del vehículo para modificar su brillo. (Cobo, 2012)
- ✓ ***Continuidad:*** al existir varias marcas y modelos de cámaras que se pueden utilizar en una misma grabación o incluso siendo la misma marca y modelo de cámara al registrar las imágenes no todos los equipos nos darán el mismo resultado de color. (Cobo, 2012)

Continuidad hace referencia a la secuencia de color que se les debe dar a las imágenes cuyo material en bruto provenga de diferentes equipos de grabación mediante una correcta corrección de color, para que el producto audiovisual mantenga una misma línea cromática.

- ✓ **Look:** hace referencia al estilo que se quiere dar a las imágenes del video mediante la corrección de color y dependerá de la línea editorial que se maneje. (Cobo, 2012)

Gráfica en pantalla

- 4 **Promociones:** mediante esta se muestra la identidad del programa que se transmitirá para promocionarse y posicionarse frente al observador estas promociones pueden ser tanto del canal o el programa, las cuales se deberán elaborar para su emisión en el medio a transmitirse días antes de la emisión del programa, también se las puede realizar mediante banner en redes sociales o clips cortos de avances. (Rubina, 2012)
- 5 **Carteleras:** son clips cortos en los cuales se anuncia el comienzo o el fin de un programa.



Carteleras

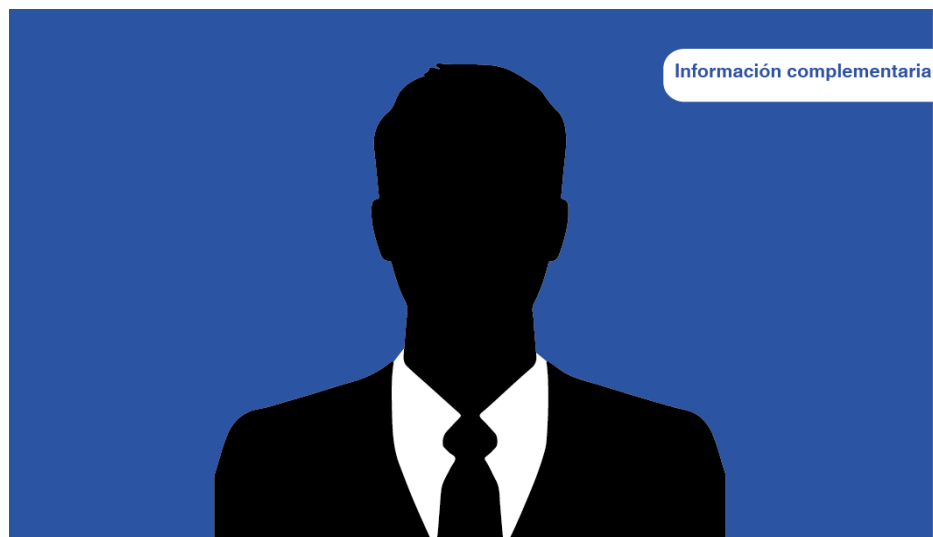
- 6 **Barra informativa o scroll:** este es utilizado especialmente en cadenas televisivas, es un apoyo de texto horizontal que se encuentra en la parte inferior de la pantalla aquí se muestran las

informaciones complementarias. (Rubina, 2012)



Barra informativa o scroll

- 7 **Colgada o mosca:** esta grafica puede ser una imagen o animación que se la ubica en la parte superior de la pantalla sirve especialmente para dar información complementaria al espectador. (Rubina, 2012)



Colgada o mosca

- 8 **Intro:** se lo conoce al video compuesto por la imagen gráfica del programa que aparece al inicio de este para marcar su apertura. (Rubina, 2012)
- 9 **Titulares:** este gráfico debe ir acorde a la imagen que proyecta el programa en donde se muestra los temas más importantes a tratarse. (Rubina, 2012)



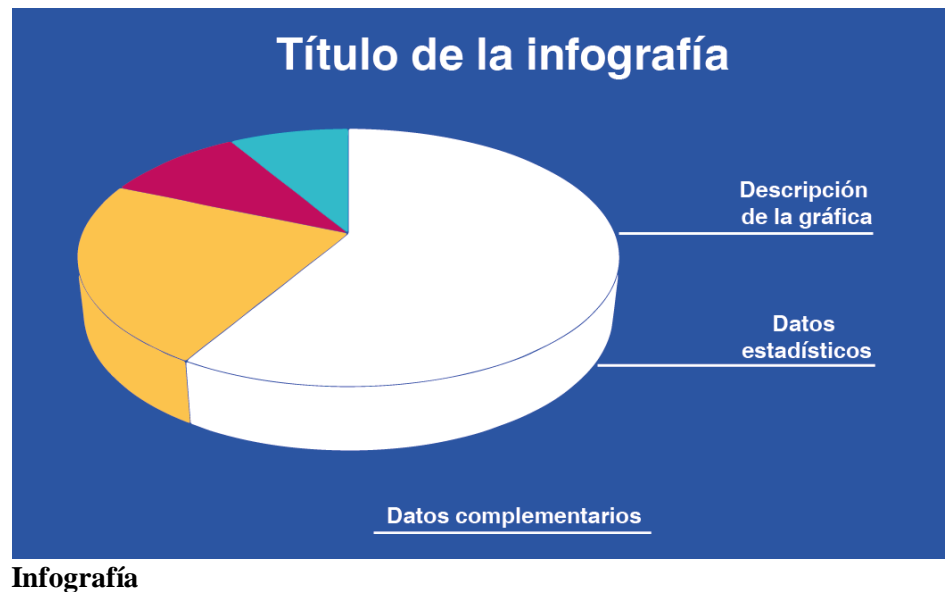
Titulares

- 10 **Over shoulder:** estas gráficas se las coloca por sobre los hombros de el o los presentadores del programa, por medio de estas se guía visualmente al observador de lo que explica el conductor. (Rubina, 2012)



Over shoulder

- 11 **Infografía:** son imágenes o animaciones que se muestran en pantalla para simplificar y explicar figurativamente un tema específico. (Rubina, 2012)



- 12 **Still:** se utiliza para que el presentador anuncie la noticia o explique una nota periodística, con la diferencia del over shoulder que un still podrá ocupar mayor espacio en pantalla y no sólo arriba del hombro del presentador/a c, incluso toda el ancho de ésta, exceptuando el espacio donde se ubicase el conductor. (Rubina, 2012)



- 13 **Duplex o triplex:** hace referencia a cuando se muestran dos o más videos diferentes dentro de la misma imagen, estas pueden llevar la identidad corporativa del programa. (Rubina, 2012)



Duplex o triplex

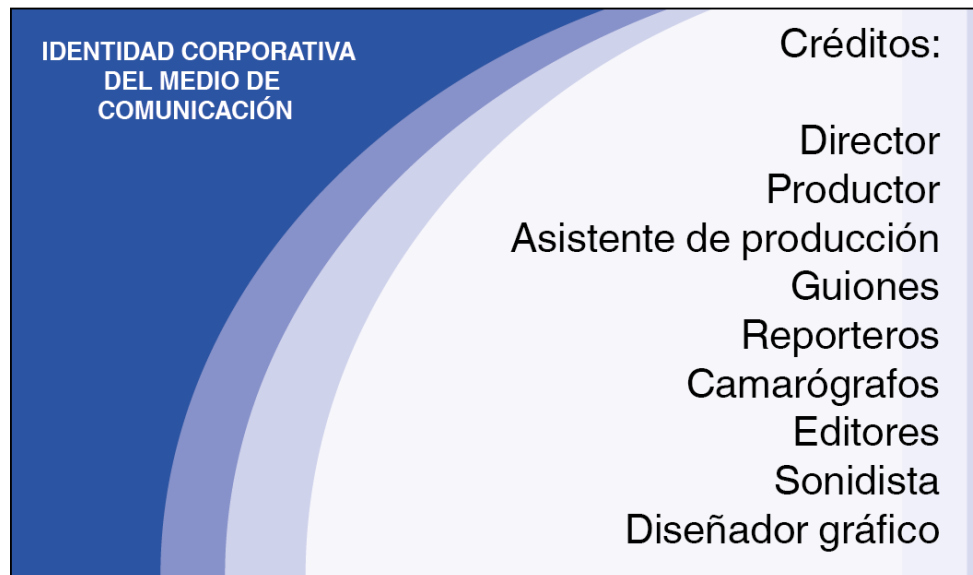
- 14 **Cortinas:** son gráficas que sirven como introducción de los diferentes segmentos de un programa para dar a conocer que este vendrá a continuación. (Rubina, 2012)



Cortinas

- 15 **Separadores o transiciones:** animaciones rápidas de la imagen del programa generalmente con el naming el logo o mascota de este y se utilizan para dinamizar el programa. (Rubina, 2012)
- 16 **Cierre:** se considera así a las gráficas que indican el final del programa y llevaran la imagen del mismo, en muchos casos es una continuidad o el mismo intro. (Rubina, 2012)

- 17 **Créditos finales:** es un espacio donde se muestra brevemente los nombres e identificadores visuales de las personas, departamentos e instituciones que colaboraron o formaron parte de la realización, así como agradecimientos y dedicatorias especiales. (Rubina, 2012)



Créditos finales

Según lo establecido en el artículo 69 del reglamento general de la ley orgánica de comunicación los sócalos o franjas publicitarias sobrepuestas en cualquier programa de televisión, no podrán ocupar más de una quinta parte de la pantalla, esta disposición aplica únicamente para publicidad montada sobre la transmisión por lo que deberá ser tomado en cuenta a la hora de las pautas publicitarias, para que no afecte a la gráfica del programa. Ver Anexo M. (Reglamento general a la ley orgánica de comunicación, 2013, p 24)

Exportación y conversión audiovisual

- **Formatos de pantalla:** existen 3 tipos de formatos analógicos de televisión estandarizados en el mundo para su transmisión (NTSC, PAL y SECAM), pero en la actualidad ya existen los formatos en alta definición (HDTV, high definition television).

Formatos de video.

FORMATO	CODEC DE VIDEO	CODEC DE AUDIO
---------	----------------	----------------

.AVI	.DVIX, .XVID, MOTION JPG	.AC3, .MP3
.MPG	.MPG1, .MPG2, .MPG3, .MPG4.	.AC3, .MPEG STEREO
.MOV	.H.264,	.ACC
.WMV	.WMV	.WMA
.FLV	FLASH PLAYER	FLASH PLAYER
.MKV	.H.264	.DTS, .AC3, .AAC
.MP4	.H.264, X364	.AAC
.RM	.RV, .RM, .RMVB	.RA

Sin embargo, no todas las cámaras de video graban en estos formatos existen otros formatos propios de cada fabricante como el XAVC y XAVC S (4K) de Sony o el AVC INTRA (4K), AVC LONG G Y AVC, PROXY de Panasonic y dependiendo del modelo, fabricante y año seguirán cambiando y evolucionando estos formatos.

Lo ideal es trabajar con un formato .mov de grabación, editarlo y exportarlo en el mismo ya que nos genera una alta calidad en tamaño y resolución de pantalla, sin embargo, una desventaja de este es el tamaño del archivo y su lentitud si no se posee los equipos que soporten un alto flujo de trabajo en su edición y postproducción.

Para evitar defectos en el producto final se deberá ajustar el archivo a la capacidad que puedan soportar los equipos, convirtiendo el archivo en otro formato de trabajo que permita la edición, postproducción y exportación, el formato de compresión.h.264 nos permite trabajar de forma óptima sin perder su calidad en pantalla.

- **Tamaños de pantalla:** existen diferentes tamaños de pantalla para un programa de tv informativo se deberá escoger el tamaño adecuado dependiendo del medio por el cual va a ser transmitido, si es para una televisora se deberá escoger los tamaños por los que trasmita la señal de esta en aspecto 4:3 o 16:9 en SD o HD, si los medios son en línea se podrá subir el archivo en un mayor tamaño, en HD hasta 4K. (Martínez Martínez, I. Ascencio López and A. González Fraga, 2008)

Tamaños de pantalla en píxeles.

- 3840 x 2160 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (4K)
- 2560x1440 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (2K)
- 1920x1080 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (HDTV)
- 1280x720 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (HDTV)
- 720x480 píxeles con razón de aspecto de 16:9 (HD)
- 704x480 píxeles con razón de aspecto de 16:9 o 4:3 (SDTV)
- 640x480 píxeles con razón de aspecto de 4:3 (SDTV)
- 352x288 píxeles con razón de aspecto de 4:3 (SDTV) (Martínez Martínez, I. Ascencio López and A. González Fraga, 2008)

Distribución del contenido

Una vez terminado el producto audiovisual y luego de haber sido aprobado, se distribuirá el contenido en los medios de comunicación pautados por la productora según se establezca en su planificación.

- ***Televisión:*** previa su distribución y entrega el producto deberá estar correctamente convertido, en formato y tamaño en el que la televisora emite la señal, ya sea esta televisión analógica o digital.
- ***Medios en línea:*** si la televisora emite también su señal en línea, ya sea brocast, streaming o en redes sociales (Facebook, YouTube) el archivo deberá ser exportado específicamente para estos canales de difusión.

Contenidos

Credibilidad de la información

La credibilidad de la información en un programa de televisión, irá ligada con los registros de propiedad intelectual y sus responsables, así como con créditos publicados al finalizar cada una de sus emisiones, en estos se detallará a los profesionales responsables de la realización de cada una de las partes que componen el programa informativo, así también de los productores, reporteros y presentadores responsables de la línea editorial y opiniones generadas dentro de éste.

Para la protección de responsabilidades del medio de comunicación por el cual se emita el programa

la productora o el mismo medio deberán mostrar una gráfica en pantalla antes del inicio del programa, en la cual se detalla que las opiniones e información vertidas en el contenido dentro del programa a continuación son de responsabilidad única de sus productores y no del medio por el que se transmite.

Los aciertos y sanciones que llegue a generar el programa, se entregaran a sus responsables por parte de la Superintendencia de la Comunicación ente rigente y encargado de hacer cumplir la ley orgánica de comunicación para la República del Ecuador a partir de junio de 2013.

Calidad de la información

La calidad de la información irá estrechamente ligada a la credibilidad de la información no solo en el producto audiovisual final, sino también en la fiabilidad del contenido, específicamente de cada una de las notas periodísticas.

Las que deberán ser realizadas imparcialmente y libres de cualquier influencia política, religiosa, cultural o de cualquier otro interés personal que no esté relacionado con la veracidad de la información, respetando los valores éticos, morales y la diversidad pluri étnica y multicultural de cada una de las personas y sustentando sus fuentes de información, para que exista mayor calidad en cada nota periodística se deberá notificar a la audiencia, quienes la realizaron.

Es indispensable que los reporteros del programa, tengan claro al momento de redactar y editar sus notas periodísticas, él no desviarse de la línea editorial planteada previamente por los productores, esto ayudará a mantener la calidad de la información y a proyectar una imagen del programa sólida y confiable.

Mensaje e imagen proyectada

Dependiendo de la línea editorial que la empresa ya sea ésta pública, privada o productora de video quiera proyectar en el público, se establecerá el mensaje y la imagen que se desea transmitir al público, la cual se fijara a partir de la línea gráfica que maneje la empresa y que le haya dado a su producto audiovisual.

Es importante manejar esta imagen en base al manual de identidad corporativa de la empresa o productora y del manual de identidad corporativa del producto audiovisual, estableciendo usos

permitidos y no permitidos, de la misma forma crear una conexión entre la identidad corporativa y la línea editorial con el fin de establecer una línea gráfica consistente para proyectarla a la audiencia.

Interés público

Dada la dificultad que es, el generar interés de un público objetivo, al cual ira dirigido un programa informativo, pues el público se deja llevar por estilos, tendencias y modas en auge, es prioritario lograr credibilidad y calidad de la información en el programa, la que genere confianza del público frente a la información y mediante esta credibilidad en el informativo.

No bastará solo con generar credibilidad en el informativo sino también hacer llegar el mensaje de la línea editorial al público, lo que causará una imagen sólida y acertada del programa, teniendo en cuenta que la línea editorial y la imagen gráfica deberán ir ligadas para establecer la identidad del programa.

Como resultado de la credibilidad y calidad de la información, un acertado mensaje e imagen proyectada y una línea editorial que vaya acorde con la línea grafica del programa se generará el interés del público objetivo.

3.1.3.5. Estructura del programa de noticias

Una vez concluido con todo el manual técnico audiovisual mostrado anterior mente se podrá generar una estructura para comenzar con el proceso de producción de un programa informativo.

El siguiente es un ejemplo modelo de cómo se constituirá una estructura para un programa de noticias y el personal a cargo de cada una de las funciones dentro de la producción.

Modelo de estructura de un programa informativo.

ESTRUCTURA	PERSONAL A CARGO
Cartelera informativa (responsabilidad compartida)	Responsabilidad medio de comunicación
Cartelera informativa (clasificación)	Diseñador gráfico
Titulares	Diseñador gráfico, reporteros, camarógrafos, editores y presentador.
Intro del programa	Diseñador gráfico
Bienvenida	Presentador.
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación primera nota	Presentador.
Primera nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Presentación segunda nota	Presentador.
Segunda nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación tercera nota	Presentador.
Tercera nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Primer espacio publicitario	Auspiciantes
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Presentación cuarta nota	Presentador.
Cuarta nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Presentación quinta nota	Presentador.
Quinta nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación sexta nota	Presentador.
Sexta nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Espacio de opinión	Presentador.
Cartelera informativa (inicio de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Segundo espacio publicitario	Auspiciantes
Cartelera informativa (fin de espacio publicitario)	Diseñador gráfico
Presentación séptima nota	Presentador.
Séptima nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Presentación octava nota	Presentador.
Octava nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Transición o separador (entre bloques del programa)	Diseñador gráfico
Presentación novena nota	Presentador.

Novena nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Cortina (promocional)	Diseñador gráfico
Presentación décima nota	Presentador.
Décima nota	Reporteros, camarógrafos, editores, diseñador gráfico
Despedida (presentador/a)	Presentador.
Cierre	Diseñador gráfico
Créditos finales	Diseñador gráfico

Para cumplimiento del artículo 68 del reglamento general de la Ley Orgánica de Comunicación, no se podrán realizar más de cuatro cortes publicitarios por cada hora de programación, por cuanto los medios audiovisuales de señal abierta podrán difundir hasta un máximo de 15 min de publicidad por hora de programación. Ver Anexo M.

3.3 Resultado de la hipótesis

El método Delphi de panel de expertos que se desarrolla en esta investigación, permite demostrar la correcta aplicación de una estructura técnico audiovisual, siendo el manual técnico audiovisual, aquel que ayuda a que la identidad gráfica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo se identifique con su comunidad. Con lo cual se demuestra que la hipótesis presentada es afirmativa.

El guía resultado de esta investigación, ayudará a la planificación y producción de un programa informativo, ya sea en la ESPOCH o cualquier otra institución/empresa ya sean estas públicas o privadas, las cuales realicen producciones audiovisuales de este tipo.

CONCLUSIONES

- Después de analizar la imagen técnico audiovisual del informativo ESPOCH TV se puede concluir, que durante sus emisiones no se mantuvo una misma línea editorial sólida, ni una misma línea gráfica lo que provocó falencias graves en su programación.
- La imagen que proyectó el programa informativo ESPOCH TV no fue favorable, es por ello que el impacto que generó en el público fue mínimo, como demuestran los resultados obtenidos en las encuestas planteadas, ya que apenas unos de cada diez personas de la comunidad politécnica visualizaban en el programa.
- Toda institución o empresa ya sea pública o privada que realice programas informativos deberá disponer de un manual técnico audiovisual para que en su producción mantenga una misma agenda setting y línea editorial, de la misma forma una línea gráfica y de contenidos. Un manual técnico es estrictamente necesario antes de la realización de cualquier producto audiovisual.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda, para generar una mejor imagen técnico audiovisual en el informativo ESPOCH TV, emplear en todas sus emisiones por temporada un único desarrollo gráfico y un estándar en el manejo de todos los aspectos legales, técnicos y de contenidos descritos en el manual de la presente investigación.
- Anterior al desarrollo de un programa informativo se recomienda, incluir la agenda setting y línea editorial, de la misma manera una única línea gráfica para la estandarización de sus contenidos, generando de esta manera mayor expectativa en su público objetivo.
- Se recomienda la utilización del presente manual técnico audiovisual resultado de esta investigación, antes de la realización de cualquier tipo de programa informativo en empresas o instituciones públicas o privadas.

BIBLIOGRAFIA

1. **ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE**, *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. [en línea], Montecristi, 2015, p 151. [Consulta: 25 enero 2017]. Disponible en: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
2. **ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE**, *LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN*. [en línea], Quito, 2013, p 11, 18, [Consulta: 27 enero 2017]. Disponible en: www.asambleanacional.gob.ec/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
3. **ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE**, *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN*. [en línea], Quito, 2013, p 6,21, [Consulta: 28 enero 2017]. Disponible en: http://www.arcotel.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/02/Reglamento_General_a_la_Ley_Organica_de_Comunicacio_769_n.pdf.
4. **CEVALLOS LÓPEZ, PATRICIO**, *Estructura del manual de identidad visual corporativa*. [blog]. [Consulta: 2 febrero 2017]. Disponible en: <http://pizarrablog.blogspot.com/2009/11/estructura-del-manual-de-identidad.html>.
5. **CAREAGA, A.A.** [en línea]. *Software libre y software propietario*. La Jornada Veracruz. [Consulta: 15 febrero 2017]. Disponible en: <http://www.jornadaveracruz.com.mx/Documentos/ElJarochoCuanticoAgosto2011.pdf>
6. **COBO, MIGUEL**, *Color Correction 101: Introducción*. [en línea] (2012). [Consulta: 13 abril 2017] Disponible en: <http://miguelcobo.com/blog/2012/10/color-correction-101-introduccion/>
7. **CHÁVEZ, LUCHITO.**, *Narativa Audiovisual*. [en línea] (2013). [Consulta: 20 febrero 2017] Recuperado de: <http://narrativaaudiovisual-dued.blogspot.com/2013/02/el-audio-para-la-television.html>
8. **FRUTOS, T.** *Diseño y producción de programas de televisión*. [en línea], Murcia, 2009, p 8,21. [Consulta: 13 febrero 2017]. Disponible en: <http://redi.um.es/campusdigital/cultural/medios-de-comunicacion/7851-diseno-y->

produccion-de-programas-en-television-

9. **SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR**, *SICE-Ley de la Propiedad Intelectual-Ecuador/a*. [en línea], Quito, 2017, [Consulta: 17 marzo 2017]. Disponible en: http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320a.asp
10. *La realización de los programas informativos*. [en línea] España, 2017, [Consulta: 28 marzo 2017]. Disponible en: http://tv_mav.cnice.mec.es/Informativos/InforCulturaAudiovisual/PUD2/Contenidos_pud2.htm
11. **MARTÍNEZ MARTÍNEZ, E., I. ASCENCIO LÓPEZ, J. AND A. GONZÁLEZ FRAGA, J.**, *El ABC de la Televisión Digital (parte 1)*. [en línea] (2008). [Consulta: 10 mayo 2017] Disponible en: <http://productiontv.pbworks.com/w/page/18735957/Funciones%20de%20la%20producci%C3%B3n>
12. **NOVASUR**. [en línea]. *Manual de producción audiovisual*. (2017). [Consulta: 15 febrero 2017]. Disponible en: <https://www.novasur.cl/mibarrío/wp-content/uploads/2012/08/Manual-deProduccionAudiovisual.pdf>
13. *El sonido*. [en línea] (2017). [Consulta: 24 febrero 2017] Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque4/pag6.htm>
14. **RUBINA, ORLANDO**, *Elementos gráficos en pantalla*. [en línea] (2012). [Consulta: 10 abril 2017] Disponible en: <http://snaphd.tumblr.com/post/230213563/elementos-gr%C3%A1ficos-en-pantalla>
15. *Producción de televisión / Funciones de la producción*. [en línea] (2006). [Consulta: 5 mayo 2017] Disponible en: <http://productiontv.pbworks.com/w/page/18735957/Funciones%20de%20la%20producci%C3%B3n>
16. **UNIVERSIDAD LATINA ACADÉMICA DE PANAMÁ**, *Diseño Gráfico para Televisión*. [en línea] (2017). [Consulta: 5 abril 2017] Disponible en: http://www.ulat.ac.pa/es/vida_estudiantil/latina_workshop/dis_grafico_television

17. *La creación del guión.* [en línea] (2016). [Consulta: 18 mayo 2017] Disponible en: <http://ficus.pntic.mec.es/~jcof0007/VideoCEP/Tema3/guion.html>
18. **VÁSQUEZ, K.** *¿Qué es la Agenda Setting?* [en línea] (2013). [Consulta: 14 junio 2017] Disponible en: <http://www.todomktblog.com/2013/05/ques-es-la-agenda-setting.html>

ANEXOS

Anexo A

Art. 1. La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, es una institución de educación superior creada mediante ley constitutiva N°. 6909, publicada en el registro oficial N°. 173 del 7 de mayo de 1969 y el decreto N°1223 publicado en el registro oficial N° 425 del 6 de noviembre de 1973, mediante el cual obtuvo la actual denominación; como personería jurídica en derecho público, autónoma, con domicilio principal en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, se rige por la Constitución de la República del Ecuador, la ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento General, y otras leyes conexas, el presente estatuto y sus reglamentos.

Sus símbolos son: la bandera, integrada por tres franjas horizontales iguales con los colores rojo, blanco y verde; el escudo encerrado de dos círculos cuyos bordes son rojo y verde; y el himno, Su mascota representativa es la figura de un camélido sudamericano (Llama).

Anexo B

Art. 321.- El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

Anexo C

Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad.

Anexo D

En el Artículo 60, se identifica y establece los tipos de contenidos en radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, estos

son: Informativos -I; De opinión -O; Formativos/educativos/culturales -F; Entretenimiento -E; Deportivos -D; y, Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informada mente sobre la programación de su preferencia.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

Anexo E

Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias: se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;
2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,
3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias,

clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Anexo F

Art. 70.- Tipos de medios de comunicación: Los medios de comunicación social son de tres tipos:

1. Públicos;
2. Privados; y,
3. Comunitarios.

Anexo G

Art. 80.- Objetivos: Los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos:

1. Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza;
2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz, verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo;
3. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones;
4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad;
5. Impulsar el intercambio de información y el conocimiento mutuo entre los pueblos de América Latina y el mundo;
6. Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales;
7. Buscar y ejecutar mecanismos de cooperación y enlace con medios públicos a nivel nacional e internacional;
8. Implementar espacios para la promoción de las actividades productivas del país; y,
9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

Anexo H

Art. 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional: Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de

su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio.

La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual. Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de tele venta.

La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

Anexo I

Art. 100.- Producción nacional: se considerará nacional cuando al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente residentes en el país hayan participado en su elaboración.

Anexo J

Art. 63.- Participación de niños, niñas y adolescentes en publicidad: La participación de personas menores de dieciséis (16) años en la producción de piezas publicitarias solo podrá realizarse con la autorización expresa de quien ejerce la patria potestad del niño, niña o adolescente. En general la publicidad en que participen o sea dirigida a niños, niñas o adolescentes se seguirán las siguientes reglas:

1. Los anuncios no podrán, directa o indirectamente, estimular expectativas irreales respecto de las cualidades o desempeño del producto.
2. En los anuncios no podrán utilizarse presiones para que los padres adquieran el producto para el niño, niña o adolescentes, ni hacer referencia a los sentimientos de afecto de los mayores hacia ellos y ellas por la adquisición o no del producto.
3. No podrá emitirse publicidad con escenas en la que se atente contra la integridad moral, psíquica o física de los niños, niñas y adolescentes, ni que inciten a la violencia o hagan apología de hechos delictuosos o contravenciones.

4. En la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes no podrá escenificarse la realización de actos sexuales, ni habrá alusiones o connotaciones al sexo o a la sexualidad.
5. La publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes no debe desacreditar la autoridad de los padres y educadores.
6. Los anuncios de productos no constitutivos de la alimentación básica tales como aperitivos, dulces, golosinas, goma de mascar y bebidas con componentes artificiales no deberán aludir a que suplen la alimentación básica.
7. La publicidad no podrá insinuar o desarrollar sentimientos de inferioridad al niño, niña o adolescentes que no consuma el producto anunciado.
8. La publicidad destinada a niños, niñas y adolescentes, en general, deberá fomentar la alimentación saludable y desalentar a la no saludable. Se exceptúan de estas reglas la publicidad no comercial cuyo objetivo sea prevenir o luchar contra la realización de actos o conductas que puedan violar los derechos fundamentales.

Anexo K

Art. 7. Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados:

Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

Artista intérprete o ejecutante: Persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta en cualquier forma una obra.

Ámbito doméstico: Marco de las reuniones familiares, realizadas en la casa de habitación que sirve como sede natural del hogar.

Base de datos: Compilación de obras, hechos o datos en forma impresa, en una unidad de almacenamiento de ordenador o de cualquier otra forma.

Causahabiente: Persona natural o jurídica que por cualquier título ha adquirido derechos reconocidos en este Título.

Colección: Conjunto de cosas por lo común de una misma clase o género.

Compilación: Agrupación en un solo cuerpo científico o literario de las distintas leyes, noticias o materias.

Copia o ejemplar: Soporte material que contiene la obra o producción, incluyendo tanto el que resulta de la fijación original como el que resulta de un acto de reproducción.

Derechos conexos: Son los derechos económicos por comunicación pública que tienen los artistas, intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y organismos de radio-difusión.

Distribución: Puesta a disposición del público, del original o copias de la obra, mediante su venta, arrendamiento, préstamo público o de cualquier otra forma conocida o por conocerse de transferencia de la propiedad, posesión o tenencia de dicho original o copia.

Divulgación: El acto de hacer accesible por primera vez la obra al público, con el consentimiento del autor, por cualquier medio o procedimiento conocido o por conocerse.

Editor: Persona natural o jurídica que mediante contrato escrito con el autor o su causahabiente se obliga a asegurar la publicación y divulgación de la obra por su propia cuenta.

Emisión: Difusión a distancia de sonidos, de imágenes o de ambos, por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, con o sin la utilización de satélites, para su recepción por el público. Comprende también la producción de señales desde una estación terrestre hacia un satélite de radiodifusión o de telecomunicación.

Expresiones del folklore: Producciones de elementos característicos del patrimonio cultural tradicional, constituidas por el conjunto de obras literarias y artísticas, creadas en el territorio nacional, por autores no conocidos o que no se identifiquen, que se presuman nacionales del País, de sus comunidades étnicas y se transmitan de generación en generación, de manera que reflejen las expectativas artísticas o literarias tradicionales de una comunidad.

Fijación: Incorporación de signos, sonidos, imágenes o su representación digital, sobre una base material que permita su lectura, percepción, reproducción, comunicación o utilización.

Fonograma: Toda fijación exclusivamente sonora de los sonidos de una ejecución o de otros sonidos o de sus representaciones digitales. Las grabaciones gramofónicas, magnetofónicas y digitales son copias de fonogramas.

Grabación efímera: Fijación temporal, sonora o audiovisual de una representación o ejecución o de una emisión de radiodifusión, realizada por un organismo de radiodifusión utilizando sus propios medios y empleada en sus propias emisiones de radiodifusión.

Licencia: Autorización o permiso que concede el titular de los derechos al usuario de la obra u otra producción protegida, para utilizarla en la forma determinada y de conformidad con las condiciones convenidas en el contrato. No transfiere la titularidad de los derechos.

Obra: Toda creación intelectual original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, conocida o por conocerse.

Obra anónima: Aquella en que no se menciona la identidad del autor por su voluntad.

Obra audiovisual: Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga.

Obra de arte aplicado: Creación artística con funciones utilitarias o incorporada en un artículo útil, ya sea una obra de artesanía o producida en escala industrial.

Obra en colaboración: La creada conjuntamente por dos o más personas naturales.

Obra colectiva: Es la creada por varios autores, por iniciativa y bajo la responsabilidad de una persona natural o jurídica, que la pública o divulga con su propio nombre, y en la que no es posible identificar a los autores o individualizar sus aportes.

Obra por encargo: Es el producto de un contrato para la realización de una obra determinada, sin que medie entre el autor y quien la encomienda una relación de empleo o trabajo.

Obra inédita: La que no ha sido divulgada con el consentimiento del autor o sus derechohabientes.

Obra plástica o de bellas artes: Creación artística cuya finalidad apela al sentido estético de la persona que la contempla, como las pinturas, dibujos, grabados y litografías. No quedan comprendidas en la definición, a los efectos de la presente ley, las fotografías, las obras arquitectónicas y las audiovisuales.

Obra póstuma: Además de las no publicadas en vida del autor, las que lo hubiesen sido durante ésta, si el mismo autor, a su fallecimiento, las deja refundidas, adicionadas, anotadas o corregidas de manera que merezcan reputarse como obras nuevas.

Organismo de radiodifusión: Persona natural o jurídica que decide las emisiones y que determina las condiciones de emisión de radio o televisión.

Productor: Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la producción de una obra, por ejemplo, de la obra audiovisual, o del programa de ordenador.

Productor de fonogramas: Persona natural o jurídica bajo cuya iniciativa, responsabilidad y coordinación se fijan por primera vez los sonidos de una ejecución, u otros sonidos o sus representaciones digitales.

Programa de ordenador (software): Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un dispositivo de lectura automatizada, ordenador, o aparato electrónico o similar con capacidad de procesar información, para la realización de una función o tarea, u obtención de un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión o fijación. El programa de ordenador comprende también la documentación preparatoria, planes y diseños, la documentación técnica, y los manuales de uso.

Publicación: Producción de ejemplares puesto al alcance del público con el consentimiento del titular del respectivo derecho, siempre que la disponibilidad de tales ejemplares permita satisfacer las necesidades razonables del público, teniendo en cuenta la naturaleza de la obra.

Radiodifusión: Comunicación al público por transmisión inalámbrica. La radiodifusión incluye la realizada por un satélite desde la inyección de la señal, tanto en la etapa ascendente como en la descendente de la transmisión, hasta que el programa contenido en la señal se ponga al alcance del público.

Reproducción: Consiste en la fijación de la obra en cualquier medio o por cualquier procedimiento, conocido o por conocerse, incluyendo su almacenamiento digital, temporal o definitivo, y la obtención de copias de toda o parte de ella.

Retransmisión: Reemisión de una señal o de un programa recibido de otra fuente, efectuada por difusión de signos, sonidos o imágenes, ya sea difusión inalámbrica, o a través de cable, hilo, fibra óptica o cualquier otro procedimiento, conocido o por conocerse.

Titularidad: Calidad de la persona natural o jurídica, de titular de los derechos reconocidos por el presente Libro.

Usos honrados: Los que no interfieren con la explotación normal de la obra ni causan un perjuicio a los intereses legítimos del autor.

Videograma: Fijación de una obra audiovisual.

<http://camarastv.blogspot.com/2008/11/el-plan-de-grabacin-su-estructura.html>

Anexo L

Art. 17.- Difusión de contenidos en medios audiovisuales: La producción y difusión de contenidos que circulan a través de los medios de comunicación audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, dirigidos a las audiencias de todo público y con vigilancia de un adulto, en horario de 6:00 a 22:00 horas, deben realizarse respetando los derechos constitucionales y la dignidad de las audiencias y de las personas participantes o referidas en tales programas.

Los programas, películas, documentales, series o novelas que puedan contener ideas, imágenes, diálogos, reales o ficticios, contrarios al respeto y ejercicio de los derechos solo podrán difundirse por los medios audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, para audiencias de adultos en la franja horaria que va desde las 22:00 hasta 6:00 horas. En estos casos, los medios de comunicación tienen el deber de anunciar al inicio del programa y al final de la pauta publicitaria que el programa puede contener ideas, imágenes o diálogos que son contrarios al respeto y ejercicio de los derechos fundamentales.

Anexo M

Art. 68.- Duración y frecuencia de los espacios publicitarios: La duración y frecuencia de la publicidad tendrá los siguientes límites según el tipo de medio de comunicación que la difunda:

1. Los medios audiovisuales de señal abierta podrán difundir hasta un máximo de quince minutos de publicidad por hora de programación y dos minutos adicionales de auto promoción. En todos los casos el medio audiovisual colocará un anuncio para que sus audiencias identifiquen el inicio y final de la pauta publicitaria. No se podrán realizar más de 4 cortes publicitarios por cada hora de programación.

2. Los medios audiovisuales por suscripción podrán difundir hasta un máximo de quince minutos de publicidad por hora de programación y dos minutos adicionales de auto promoción. En todos los casos se identificará el contenido publicitario durante todo el tiempo de su difusión usando la letra P. En caso de incumplimiento de lo dispuesto en este artículo, la Superintendencia de la Información y Comunicación suspenderá la difusión de publicidad en el medio de comunicación hasta que éste demuestre que su programación diaria se ha adecuado a estas reglas, sin perjuicio de lo cual aplicará la sanción administrativa que se establece en el último párrafo del Art. 29 de la Ley Orgánica de Comunicación para las conductas que restrinjan ilegalmente la libertad de información.

Anexo N

Art. 69.- Zócalos publicitarios en los programas de televisión: Los zócalos o franjas publicitarias sobrepuestas en cualquier programa de televisión, no podrán ocupar más de una quinta parte de la pantalla y el tiempo de su difusión se imputará al número de minutos por hora de programación permitidos para cursar publicidad.

Anexo O

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación: Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. Las personas que realicen programas o

actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.